

**PERAN KONSULAT JENDERAL REPUBLIK INDONESIA TORONTO
DALAM DIPLOMASI EKONOMI UNTUK MENINGKATKAN EKSPOR
SEAFOOD INDONESIA KE KANADA PADA PERIODE 2020-2021**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA**

Oleh:

SILVIA JULTIKASARI FEBRIAN

21323303

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

**PERAN KONSULAT JENDERAL REPUBLIK INDONESIA TORONTO
DALAM DIPLOMASI EKONOMI UNTUK MENINGKATKAN EKSPOR
SEAFOOD INDONESIA KE KANADA PADA PERIODE 2020-2021**

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi sebagian dari syarat guna memperoleh
Derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



Oleh:

SILVIA JULTIKASARI FEBRIAN

21323303

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

HALAMAN PENGESAHAN

PERAN KONSULAT JENDERAL REPUBLIK INDONESIA TORONTO
DALAM DIPLOMASI EKONOMI UNTUK MENINGKATKAN
EKSPOR *SEAFOOD* INDONESIA KE KANADA PADA PERIODE
2020-2021

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Prodi Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat dalam memperoleh
derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



Dewan Penguji

1. Karina Utami Dewi, S.IP., M.A.
2. Dewi Masitoh, S.Hub.Int., M.Sos.
3. Hangga Fathana, S.IP., B.Int.St., M.A.
4. Ayu Heryati Naqsabandiyah, S.IP., M.A.

Tanda Tangan






PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya ilmiah independen saya sendiri, dan bahwa semua materi dari karya orang lain (dalam buku, artikel, esai, disertasi, dan di internet) telah dinyatakan, serta kutipan dan parafrase diindikasikan dengan jelas.

Tidak ada materi selain yang digunakan selain yang termuat. Saya telah membaca dan memahami peraturan dan prosedur universitas terkait plagiarisme.

Memberikan pernyataan yang tidak benar dianggap sebagai pelanggaran integritas akademik.

22 Juli 2025.



Handwritten signature of Silvia Julikasari Febrina.

Silvia Julikasari Febrina

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	3
PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK.....	4
DAFTAR ISI.....	5
DAFTAR TABEL.....	8
DAFTAR GRAFIK.....	9
DAFTAR DIAGRAM.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR SINGKATAN.....	12
ABSTRAK.....	13
BAB 1	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Cakupan penelitian.....	6
1.5 Tinjauan Pustaka.....	8
1.6 Kerangka Pemikiran.....	11
1.7 Argumen Sementara.....	15
1.8 Metode Penelitian.....	16
1.8.1 Jenis Penelitian.....	16
1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	16
1.8.3 Metode Pengumpulan Data.....	16
1.8.4 Proses Penelitian.....	17
1.9 Sistematika Pembahasan.....	17
BAB 2.....	19
DIPLOMASI EKONOMI KJRI TORONTO DALAM EKSPOR <i>SEAFOOD</i>	
INDONESIA KE KANADA.....	19
2.1 Diplomasi Ekonomi Indonesia: Visi dan Strategi Umum.....	19
2.2 Peluang Pasar Produk <i>Seafood</i> di Kanada.....	22
2.3 Tantangan Empiris dalam Ekspor.....	29
2.4 Keberhasilan Diplomasi Ekonomi KJRI Toronto: Peningkatan Ekspor	
<i>Seafood</i> Indonesia ke Kanada (2020–2021).....	35
BAB 3.....	40
ANALISIS PERAN AKTIF KJRI TORONTO DALAM DIPLOMASI	
EKONOMI.....	40
3.1 Konteks Diplomasi Ekonomi.....	41
3.1.2 Faktor Lokal.....	44

3.2 Teater Diplomasi Ekonomi.....	47
3.3 Proses Diplomasi Ekonomi.....	51
3.4 Alat Diplomasi Ekonomi.....	55
BAB 4.....	64
PENUTUP.....	64
2.1. Kesimpulan.....	64
2.2 Rekomendasi.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Indikator Teori Diplomasi Ekonomi	10
Tabel 2 10 peringkat komoditas ekspor Indonesia ke Kanada	41
Tabel 3 Evaluatif Empat Variabel Diplomasi Ekonomi (Okano-Heijmans)	72

DAFTAR GRAFIK

Grafik 2 Perkembangan Ekspor Seafood ke Toronto

23

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1 % restaurant seafood Asia per kota	20
Diagram 2. Perbandingan Komposisi Total Ekspor <i>Seafood</i>	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Analisis Kajian Diplomasi Ekonomi (Okano-Heijmans) **10**

DAFTAR SINGKATAN

ASEAN	: <i>Association of Southeast Asian Nations</i>
ASC	: <i>Aquaculture Stewardship Council</i>
CFIA	: <i>Canadian Food Inspection Agency</i>
EPD	: <i>Export Product Dynamic</i>
FTA	: <i>Free Trade Agreement / Perjanjian Perdagangan Bebas</i>
HACCP	: <i>Hazard Analysis and Critical Control Points</i>
ICA-CEPA	: <i>Indonesia-Canada Comprehensive Economic Partnership Agreement</i>
KJRI	: <i>Konsulat Jenderal Republik Indonesia</i>
MSC	: <i>Marine Stewardship Council</i>
RCA	: <i>Revealed Comparative Advantage</i>
UKM	: <i>Usaha Kecil Menengah</i>
UMKM	: <i>Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah</i>
SFCR	: <i>Safe Food for Canadians Regulations</i>
ITP	: <i>Indonesian Trade Promotion Center</i>
MSC	: <i>Marine Stewardship Council</i>
ASC	: <i>Aquaculture Stewardship Council</i>
BAP	: <i>Best Aquaculture Practice</i>

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji peran Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Toronto dalam diplomasi ekonomi untuk meningkatkan ekspor *seafood* Indonesia ke Kanada pada periode 2020–2021. Diplomasi ekonomi yang dilakukan KJRI Toronto difokuskan pada komoditas unggulan seperti udang, tuna, dan kepiting yang memiliki potensi tinggi di pasar Kanada. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kerangka analisis diplomasi ekonomi yang dikembangkan oleh Maaïke Okano-Heijmans. Kerangka ini mencakup empat variabel kunci, yaitu instrumen, proses, panggung, dan konteks. Temuan penelitian menunjukkan bahwa KJRI Toronto menggunakan instrumen diplomatik secara proaktif untuk mempromosikan produk, membantu sertifikasi, memfasilitasi koneksi bisnis, dan terlibat dalam diplomasi budaya melalui festival kuliner. Strategi ini terbukti berhasil mendorong peningkatan ekspor udang Indonesia secara signifikan, terutama pada masa pandemi ketika terjadi gangguan rantai pasokan dari negara pesaing. Studi ini memvalidasi peran penting KJRI dalam diplomasi ekonomi, menggarisbawahi dampak nyatanya dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing produk Indonesia di panggung global.

Kata-kata kunci: diplomasi ekonomi, ekspor hasil laut, Konsulat Jenderal Indonesia di Toronto, Kanada, Okano-Heijmans

ABSTRACT

This study examines the role of the Consulate General of the Republic of Indonesia (KJRI) in Toronto in economic diplomacy to increase Indonesian seafood exports to Canada in the 2020–2021 period. The economic diplomacy carried out by the KJRI in Toronto focuses on superior commodities such as shrimp, tuna, and crab that have high potential in the Canadian market. This study employs a qualitative approach and the economic diplomacy analysis framework developed by Maaïke Okano-Heijmans. This framework encompasses four key variables: instruments, processes, theaters, and contexts. The study's findings indicate that the KJRI in Toronto employs diplomatic instruments proactively to promote products, assist with certification, facilitate business connections, and engage in cultural diplomacy through culinary festivals. This strategy has proven successful in driving a significant increase in Indonesian shrimp exports, especially during the pandemic, when there was a disruption in the supply chain from competing countries. This study validates the KJRI's pivotal role in economic diplomacy, underscoring its tangible impact on expanding market access and enhancing the competitiveness of Indonesian products on the global stage.

Keywords: *Canada, economic diplomacy, Indonesian Consulate General in Toronto, Okano-Heijmans, seafood exports,*

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia, sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, memiliki potensi besar dalam sektor perikanan berkat sumber daya alam yang melimpah, terutama di bidang perikanan laut. Dengan garis pantai terpanjang kedua di dunia yang mencapai 99.083 km, perairan Indonesia memiliki kekayaan biodiversitas laut yang sangat besar. Potensi ini mencakup perikanan tangkap dan budidaya dengan kapasitas lestari sekitar 67 juta ton per tahun, namun pemanfaatan potensi ini masih belum optimal, terutama dalam meningkatkan ekspor ke negara-negara maju seperti Kanada (Lasabuda, 2013). Selain itu, masih banyak tantangan dalam sektor ini yang harus diatasi, salah satunya adalah ketidaksesuaian regulasi dan keterbatasan akses pasar internasional yang dihadapi oleh pelaku usaha, terutama Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Hafiyyan, 2023).

Sektor *seafood* Indonesia, meskipun memiliki kualitas dan keragaman produk yang sangat baik, menghadapi tantangan besar dalam menembus pasar Kanada. Kanada adalah negara dengan standar keamanan pangan yang sangat tinggi dan pasar yang sangat kompetitif, yang didominasi oleh negara-negara eksportir mapan seperti Norwegia, Jepang, dan Amerika Serikat (Endit, 2022). Dalam menghadapi persaingan ini, pelaku usaha skala kecil, seperti UMKM, kerap menghadapi kendala biaya, ketidaksesuaian regulasi, dan keterbatasan akses pasar internasional (Rahman, 2022). Oleh karena itu, diperlukan keterlibatan aktif dari aktor negara untuk menciptakan

ekosistem ekspor yang lebih inklusif dan berdaya saing, yang salah satunya dilakukan melalui diplomasi ekonomi.

Dalam diplomasi ekonomi, ekspor tidak hanya dipandang sebagai aktivitas perdagangan biasa, tetapi telah menjadi salah satu instrumen penting dalam diplomasi ekonomi. Sebagaimana dijelaskan oleh John Ravenhill (2009),

"Governments supported the construction and extension of transnational production networks through the unilateral actions they took to facilitate the movement of components across the region. Export-processing zones and various forms of duty-drawback arrangements were a principal instrument."

Ekspor menjadi sarana bagi negara untuk memperkuat hubungan internasional dan memajukan kepentingan ekonomi nasional melalui kebijakan yang mendukung kelancaran perdagangan lintas negara. Negara-negara menggunakan ekspor sebagai bagian dari strategi lebih besar untuk memperluas konektivitas ekonomi dan meningkatkan daya saing mereka di pasar global (Ravenhill 2009).

Salah satu contoh konkret upaya ini adalah peningkatan ekspor *seafood* Indonesia ke negara mitra strategis seperti Kanada, yang merupakan bagian dari strategi Indonesia untuk memperluas pengaruh dan konektivitas ekonomi global (Zufrizal, 2021).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022, ekspor produk perikanan Indonesia ke Kanada pada tahun 2021 tercatat mencapai USD 35 juta. Capaian ini menunjukkan bahwa produk perikanan Indonesia mampu bersaing di pasar Kanada yang kompetitif dan dipercaya memenuhi standar tinggi, meskipun di tengah dominasi komoditas lain seperti minyak bumi dan perabot rumah tangga (BPS, 2022). Keberhasilan ini bukan hanya pencapaian angka perdagangan, tetapi

juga indikator penting dalam meningkatkan nilai tambah sumber daya alam Indonesia secara berkelanjutan dan membuka peluang yang lebih besar bagi pelaku usaha nasional, termasuk UMKM, untuk terlibat dalam rantai pasok internasional.

Fokus penelitian ini dibatasi pada tahun 2021 karena merupakan titik krusial dalam pencapaian ekspor seafood Indonesia ke Kanada. Pada tahun 2021, sektor *seafood* Indonesia berhasil menempati peringkat ketujuh dalam 10 komoditas ekspor terbesar Indonesia ke Kanada, dengan nilai mencapai USD 35 juta. Keberhasilan ini mencerminkan kemajuan yang signifikan dalam penetrasi pasar Kanada, yang merupakan pasar sangat kompetitif. Mengambil data 2021 juga memberikan gambaran yang jelas tentang dampak dari diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh KJRI Toronto dan peran negara dalam membuka akses pasar di tengah tantangan global.

Selain itu, meskipun ada data ekspor untuk tahun 2022, penurunan atau perubahan pola ekspor yang terjadi setelah 2021, baik akibat ketidakpastian ekonomi global maupun dampak pandemi yang masih berlanjut, dapat memberikan perbedaan yang lebih kompleks dan memerlukan penelitian lebih lanjut di luar periode yang telah ditentukan. Fokus pada tahun 2021 memungkinkan untuk menganalisis dampak lebih jelas dari kebijakan dan strategi diplomasi ekonomi yang diimplementasikan pada masa transisi pasca-pandemi dan dalam konteks yang lebih stabil.

Dalam hal ini, Aruna Indonesia (PT Aruna Jaya Nuswantara) merupakan salah satu contoh keberhasilan dalam menjembatani potensi perikanan Indonesia dengan pasar global. Aruna adalah perusahaan teknologi di sektor perikanan yang berfokus pada pemberdayaan nelayan melalui platform digital untuk rantai pasok perikanan.

Sejak berdiri pada 2016, Aruna telah memberdayakan lebih dari 55.000 nelayan di 150 titik suplai di seluruh Indonesia. Perusahaan ini mengekspor hampir 70% produknya, termasuk lobster, kepiting, rajungan, tuna, mackerel, red snapper, dan udang vaname, ke berbagai negara, termasuk Kanada. Pada November 2021, Aruna berhasil mengekspor produk olahan rajungan bermerek *Aruna Crab Premium* ke Kanada senilai USD 800.000, setara dengan satu kontainer 40 kaki. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa Aruna tidak hanya memenuhi standar internasional dalam kualitas, tetapi juga memiliki komitmen kuat dalam memperluas pasar ekspor produk perikanan Indonesia. Aruna berperan sebagai model untuk UMKM lainnya dalam menghadapi tantangan global dan memperluas jejak bisnis di pasar internasional (Sukanto, 2022).

Dalam konteks diplomasi ekonomi, Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Toronto memegang peran penting sebagai aktor negara yang memfasilitasi hubungan bisnis dan mempromosikan produk perikanan Indonesia. KJRI Toronto tidak hanya menjadi penghubung dalam diplomasi formal melalui perjanjian perdagangan seperti Indonesia–Canada CEPA, tetapi juga aktif dalam memfasilitasi pertemuan bisnis, partisipasi dalam pameran internasional, serta kunjungan diplomatik yang membuka peluang ekspor bagi produk Indonesia. KJRI Toronto juga berperan sebagai perantara komunikasi strategis antara pelaku usaha Indonesia dan mitra dagang Kanada untuk mengatasi hambatan dalam rantai pasok dan distribusi (Barus, 2021).

Fokus penelitian ini dibatasi pada periode 2020 hingga 2021, ketika pandemi COVID-19 memberikan tantangan serta peluang dalam perdagangan internasional.

Pada periode ini, sektor *seafood* Indonesia mengalami lonjakan ekspor, di antaranya udang meningkat sebesar 31,6%, tuna 40%, dan ekspor crab meat mencapai USD 8,5 juta pada tahun 2020. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada kendala akibat pandemi, sektor perikanan Indonesia mampu beradaptasi dan menunjukkan hasil yang positif dalam ekspor ke Kanada. Penelitian ini akan menggali lebih dalam mengenai peran KJRI Toronto dalam memfasilitasi proses ini dan bagaimana upaya diplomasi ekonomi dapat memperkuat posisi Indonesia dalam pasar global.

Dengan demikian, ekspor *seafood* Indonesia ke Kanada bukanlah sekadar aktivitas perdagangan semata, tetapi merupakan bagian dari agenda diplomasi ekonomi yang melibatkan peran aktif negara melalui perwakilan diplomatiknya. Oleh karena itu, peran KJRI Toronto sebagai aktor negara sangat penting untuk dianalisis dalam konteks meningkatkan ekspor, memperkuat hubungan bilateral Indonesia-Kanada, dan menciptakan keberlanjutan ekonomi yang berbasis pada keunggulan sumber daya alam Indonesia (Yoshida & Kriswandwi Tanaya, 2023).

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Konsulat Jenderal Republik Indonesia Toronto berperan dalam diplomasi ekonomi untuk meningkatkan ekspor *seafood* Indonesia ke Kanada pada tahun 2020-2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis kebijakan dan program Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Toronto dalam meningkatkan ekspor *seafood* Indonesia ke pasar Kanada pada tahun 2020 hingga 2021.
2. Untuk mengetahui strategi dan upaya diplomasi ekonomi KJRI Toronto dalam mempromosikan dan memperkenalkan *seafood* Indonesia di Kanada.
3. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi KJRI Toronto dalam meningkatkan ekspor *seafood* Indonesia.

1.4 Cakupan penelitian

Penelitian ini secara khusus mengkaji peran kelembagaan Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Toronto dalam menjalankan fungsi diplomasi ekonomi, dengan fokus pada upaya peningkatan ekspor produk *seafood* Indonesia ke Kanada selama periode tahun 2020 hingga 2021. Fokus utama diarahkan pada analisis terhadap strategi dan kegiatan diplomatik yang dilakukan oleh KJRI Toronto, termasuk fasilitasi promosi dagang, pertemuan bisnis, komunikasi ekonomi, serta kerja sama dengan pelaku usaha dari kedua negara.

Pemilihan KJRI Toronto sebagai objek kajian didasarkan pada signifikansi wilayah kerja perwakilan ini terhadap performa ekspor Indonesia ke Kanada. Wilayah kerja KJRI Toronto mencakup Provinsi Ontario, yang merupakan pusat distribusi terbesar produk *seafood* di Kanada dan berkontribusi terhadap lebih dari 55% nilai total ekspor Indonesia ke Kanada. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2022, produk *seafood* Indonesia menempati posisi ketujuh dalam daftar sepuluh besar komoditas ekspor Indonesia ke Kanada pada tahun 2021 dengan nilai sebesar USD 35

juta. Hal ini menunjukkan adanya kontribusi yang cukup signifikan dan berpotensi untuk terus dikembangkan (BPS, 2022).

Penelitian ini membatasi cakupan temporal hingga tahun 2021, sejalan dengan tujuan untuk memahami peran kelembagaan KJRI Toronto dalam konteks respons terhadap dinamika perdagangan internasional selama masa pandemi COVID-19. Pemilihan periode ini didasarkan pada pertimbangan strategis, di mana pada tahun-tahun tersebut terjadi lonjakan ekspor beberapa komoditas utama seperti udang, tuna, dan crabmeat ke wilayah kerja KJRI Toronto. Peningkatan tersebut mencerminkan adanya intervensi diplomatik yang dilakukan oleh institusi KJRI sebagai bagian dari kebijakan luar negeri ekonomi Indonesia.

Pembatasan hingga tahun 2021 juga mempertimbangkan aspek konsistensi dan kejelasan ruang lingkup penelitian. Meskipun kepemimpinan pada periode tersebut dipegang oleh Duta Besar Bapak Leonard Felix Hutabarat, penelitian ini tidak berfokus pada inisiatif pribadi beliau, melainkan menelaah peran dan fungsi kelembagaan KJRI Toronto secara institusional. Seluruh kegiatan yang dikaji merupakan bagian dari mandat resmi perwakilan diplomatik Indonesia, sebagaimana tertuang dalam kebijakan dan program kerja KJRI sebagai bagian dari struktur diplomasi ekonomi nasional.

Hingga periode 2021, KJRI Toronto tercatat aktif dalam berbagai kegiatan promosi ekonomi yang bersifat kelembagaan, seperti penyelenggaraan temu bisnis, penguatan hubungan dengan importir utama Kanada, serta partisipasi dalam forum perdagangan bilateral. Dengan demikian, analisis ini difokuskan pada periode dimana terdapat data dan dokumentasi diplomasi ekonomi yang dapat diverifikasi serta

relevan secara strategis. Meskipun tidak mencakup tahun-tahun setelah 2021, temuan penelitian ini tetap dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai kontribusi KJRI Toronto dalam memperkuat ekspor produk *seafood* Indonesia ke pasar Kanada.

1.5 Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, tinjauan pustaka disusun untuk memberikan landasan teoritis dan kerangka konseptual yang mendukung fokus kajian mengenai peran Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Toronto dalam diplomasi ekonomi untuk meningkatkan ekspor *seafood* ke Kanada pada periode 2020–2021. Tinjauan pustaka mencakup pemaparan literatur dari jurnal yang relevan dengan tema diplomasi ekonomi, kerja sama perdagangan internasional, serta studi-studi terdahulu yang membahas hubungan dagang Indonesia-Kanada. Melalui pemahaman terhadap penelitian terdahulu, penulis dapat mengidentifikasi kesenjangan (*research gap*) yang menjadi dasar bagi kontribusi penelitian ini. Selain itu, analisis terhadap literatur yang ada juga bertujuan untuk memperkuat validitas pendekatan konseptual yang digunakan, serta menegaskan urgensi dan kebaruan dari studi yang dilakukan.

Jurnal pertama yang ditulis oleh Hesti Rokhanyah, Novi Rizka Amalia, Ida Susilowati, dan Bagas Husnul Hidayat berjudul “Diplomasi Komersial Konsulat Jenderal Republik Indonesia Kuching dalam Mengembangkan Perdagangan UMKM Industri Pengolahan Indonesia di Malaysia Periode 2018–2019” (2022). Jurnal ini menjelaskan secara rinci bagaimana KJRI Kuching memainkan peran dalam diplomasi komersial melalui tiga aspek utama yaitu *facilitation*, *advisory*, dan *representation*, sebagaimana dikemukakan oleh Oliver Naray. Penelitian ini menyoroti kontribusi KJRI Kuching dalam memfasilitasi kegiatan promosi produk

UMKM melalui pameran, riset pasar, serta kerja sama antar-instansi untuk memperkuat daya saing produk Indonesia di pasar Sarawak, Malaysia. Meskipun konteks geografisnya berbeda dari Kanada, studi ini relevan sebagai pembandingan karena mengangkat peran konkret KJRI sebagai aktor diplomatik ekonomi yang aktif, terutama dalam konteks sektor industri pengolahan (Rokhaniyah et al. 2022).

Jurnal kedua yang menjadi rujukan dalam penelitian ini adalah artikel ilmiah karya Siti Nurhidayah dan Dian Wahyu Indrawati (2021) yang berjudul “*Peran Diplomat Ekonomi dalam Meningkatkan Ekspor Produk UMKM Indonesia ke Kanada*”. Penelitian ini secara khusus mengkaji bagaimana diplomat ekonomi di KBRI Ottawa berperan dalam mendukung ekspor produk UMKM Indonesia, melalui kegiatan promosi dagang, fasilitasi kerjasama bisnis, hingga pembukaan akses pasar di Kanada. Artikel ini menekankan pentingnya peran perwakilan diplomatik dalam menjembatani kepentingan eksportir Indonesia dengan potensi pasar Kanada yang sangat selektif dalam hal kualitas dan regulasi produk. Meskipun artikel ini fokus pada produk UMKM secara umum, kajian ini menunjukkan bahwa diplomat ekonomi memiliki fungsi vital dalam upaya peningkatan ekspor non-migas ke negara mitra, termasuk di sektor makanan olahan. Namun, belum terdapat pembahasan mendalam mengenai strategi atau kegiatan diplomasi ekonomi yang dilakukan secara spesifik oleh KJRI Toronto, apalagi yang menyoroti sektor seafood secara khusus (Nurhidayah and Indrawati 2021).

Jurnal ketiga yang digunakan sebagai referensi adalah artikel ilmiah karya Eka Choirulina dan Dedy Paryadi (2022) yang berjudul “Strategi Akses Pasar untuk Kerja Sama Perdagangan Indonesia-Kanada dalam Kerangka Perjanjian Kemitraan

Ekonomi Komprehensif”. Dalam jurnal ini, penulis menggunakan pendekatan SWOT untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan kerja sama perdagangan Indonesia dan Kanada, terutama dalam konteks ICA-CEPA. Salah satu hasil utama yang diangkat adalah pentingnya peningkatan kualitas produk ekspor Indonesia dan perlunya penguatan standar mutu agar mampu bersaing di pasar Kanada. Artikel ini juga menyebutkan sektor *seafood* sebagai sektor potensial, namun analisisnya masih bersifat umum dan belum menjangkau bagaimana strategi diplomasi ekonomi diimplementasikan oleh perwakilan Indonesia di Kanada, khususnya KJRI Toronto (Choirulina and Paryadi 2022).

Ketiga jurnal tersebut memiliki kontribusi penting dalam membangun kerangka berpikir mengenai kerja sama ekonomi Indonesia-Kanada serta praktik diplomasi ekonomi secara umum. Namun, keseluruhan penelitian yang telah dikaji masih terbatas pada tingkat makro atau bersifat umum terhadap seluruh perwakilan diplomatik tanpa memisahkan konteks lokalnya. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan yang signifikan karena secara khusus menyoroti peran strategis KJRI Toronto dalam diplomasi ekonomi secara mikro, khususnya dalam mendorong peningkatan ekspor *seafood* ke Kanada selama periode 2020–2021. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti konteks pandemi COVID-19, sebuah situasi krisis global yang justru menjadi peluang tercapainya surplus perdagangan bilateral. Dengan mengkaji aktor, konteks lokal, dan sektor spesifik, penelitian ini mengisi kekosongan dalam literatur yang ada serta memberikan kontribusi praktis bagi penguatan peran perwakilan diplomatik Indonesia dalam mendukung pertumbuhan ekspor nasional.

1.6 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, penulis mengambil teori dari Maaike Okano-Heijmans yang menjelaskan bahwa diplomasi ekonomi sebagai alat strategis untuk mengintegrasikan kepentingan ekonomi dan politik guna mencapai tujuan nasional, seperti kemakmuran dan stabilitas politik (Okano-Heijmans, 2013: 34–37).

Dalam bukunya *Economic Diplomacy: Japan and the Balance of National Interests*, Okano-Heijmans mengidentifikasi empat elemen utama dalam diplomasi ekonomi, yaitu: teater (*theatres*), proses (*processes*), alat (*instruments*), dan konteks (context).

Keempat elemen ini digunakan sebagai kerangka analisis untuk memahami bagaimana Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Toronto menjalankan diplomasi ekonomi dalam upaya meningkatkan ekspor produk *seafood* Indonesia ke Kanada pada periode 2020–2021.

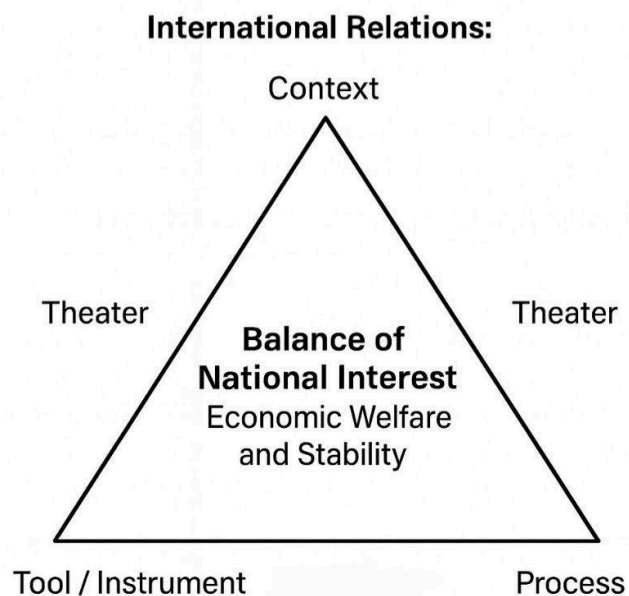
Penting untuk ditegaskan bahwa kerangka ini tidak bersifat kausal, linier, maupun hierarkis. Tidak ada satu elemen pun yang menjadi penyebab, akibat, atau prasyarat bagi elemen lainnya. Seluruh elemen dapat berlangsung secara bersamaan, tidak berurutan, dan tidak saling mendahului. Penempatan istilah “*theatre*” di sisi kiri dan kanan dari kerangka segitiga juga tidak menunjukkan urutan proses, melainkan menggambarkan bahwa *tools* dan *processes* dijalankan dalam ruang atau arena tertentu yang berbeda-beda, bergantung pada aktor, isu, atau strategi yang digunakan.

Seperti dijelaskan oleh Okano-Heijmans:

“The term ‘theatre’ appears on both sides of the triangle to illustrate that both tools and processes operate in specific arenas...” (Okano-Heijmans, 2013: 23).

Dengan demikian, kerangka ini tidak digunakan untuk menelusuri hubungan sebab-akibat, tetapi untuk mengkaji bagaimana berbagai elemen dalam diplomasi ekonomi dapat berinteraksi secara simultan dan fleksibel dalam praktik.

Gambar 1. Kerangka Analisis Kajian Diplomasi Ekonomi (Okano-Heijmans)



Sumber: Maaiké Okano-Heijmans (2013)

Konteks (Context) adalah lingkungan eksternal yang membentuk batasan, arah, dan ruang gerak dalam pelaksanaan diplomasi ekonomi. Elemen ini mencakup faktor-faktor yang berasal dari kondisi politik, ekonomi, dan perdagangan

internasional yang mempengaruhi strategi diplomatik suatu negara (Okano-Heijmans 2013, 63).

Teater (*Theatres*) adalah ruang dimana diplomasi ekonomi dijalankan. Elemen ini mengacu pada berbagai arena interaksi internasional, baik bilateral, regional, maupun multilateral, yang menjadi tempat pelaksanaan kebijakan dan negosiasi ekonomi antarnegara (Okano-Heijmans 2013, 63).

Proses (*Process*) adalah rangkaian tahapan yang membentuk pelaksanaan diplomasi ekonomi. Elemen ini mencakup pengorganisasian tindakan, pengambilan keputusan, dan pelibatan berbagai aktor dalam merespons dinamika eksternal guna mencapai tujuan ekonomi nasional (Okano-Heijmans 2013, 63).

Alat (*Instruments/Tools*) adalah instrumen kebijakan yang digunakan untuk mendukung pelaksanaan diplomasi ekonomi. Elemen ini mencakup perangkat formal dan informal yang memungkinkan suatu negara untuk mempengaruhi mitra ekonomi dan memfasilitasi kepentingan nasional di ranah internasional (Okano-Heijmans 2013, 63).

Kerangka ini memberikan pemahaman sistematis mengenai bagaimana KJRI Toronto menjalankan diplomasi ekonomi untuk meningkatkan ekspor *seafood* Indonesia ke Kanada. Keberhasilan strategi ini ditentukan oleh kesesuaian dalam pemilihan alat yang digunakan, konsistensi proses yang dijalankan, kecermatan dalam memilih ruang diplomasi yang tepat, serta kemampuan beradaptasi terhadap dinamika konteks global yang terus berkembang (Okano-Heijmans 2013, 63).

Tabel 1. Indikator Teori Diplomasi Ekonomi

Variabel / Elemen Diplomasi Ekonomi	Definisi	Karakteristik Utama
Konteks (<i>Context</i>)	Lingkungan yang mempengaruhi arah diplomasi ekonomi.	<p>Global: Tuntutan standar internasional (MSC, HACCP), tren keberlanjutan global, ketatnya persaingan dan perubahan pasar pasca-pandemi.</p> <p>Lokal: Preferensi konsumen Kanada terhadap produk ramah lingkungan, regulasi teknis (CFIA), nilai multikultural, dan etika produksi.</p>
Teater (<i>Theatres</i>)	Ruang dimana diplomasi ekonomi dijalankan.	<p>Formal: Ruang yang diatur secara struktural, dijalankan oleh aktor resmi, dan mengikuti prosedur kelembagaan.</p> <p>Informal: Ruang yang bersifat fleksibel, bersandar pada relasi sosial dan budaya, serta dijalankan melalui pendekatan non-struktural.</p>
Proses (<i>process</i>)	Cara / gaya pelaksanaan diplomasi ekonomi	<p>Adaptif: Menedepankan kemampuan untuk menyesuaikan strategi dengan perubahan dan dinamika lingkungan diplomasi.</p>

		Kolaboratif: Menekankan keterlibatan berbagai aktor secara bersama dan partisipatif dalam pelaksanaan diplomasi ekonomi.
Alat/ Instruments (<i>Instruments/Tools</i>)	Alat yang digunakan untuk mendukung diplomasi ekonomi	Formal: Instrumen yang bersifat sistematis, terstruktur, dan dijalankan dalam kerangka kebijakan resmi. Informal: Instrumen yang berbasis narasi, emosi, dan relasi sosial yang disampaikan secara non-prosedural.

Sumber : Buku Maaike Okano-Heijmans (2013)

Dengan menggunakan kerangka ini, penulis akan mengacu pada seluruh indikator yang telah ditetapkan untuk memberikan gambaran yang sistematis dan menyeluruh mengenai bagaimana Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) di Toronto menjalankan peran strategisnya dalam diplomasi ekonomi. Fokus utamanya adalah pada upaya peningkatan ekspor produk *seafood* Indonesia ke pasar Kanada melalui berbagai inisiatif, pendekatan, dan kerja sama yang dibangun dengan pemangku kepentingan terkait di kedua negara (Okano-Heijmans 2013, 63).

1.7 Argumen Sementara

Penulis menggunakan keempat variabel yakni konteks, instrumen, proses, dan teater dari kerangka pemikiran Maaike Okano-Heijmans untuk menganalisis implementasi diplomasi ekonomi KJRI Toronto. Argumen sementara penulis menyatakan bahwa KJRI Toronto telah menjalankan keempat variabel tersebut secara

terpadu dalam mendukung ekspor *seafood* Indonesia ke Kanada. Pada variabel konteks, KJRI mampu memahami tantangan dan peluang pasar Kanada. Variabel instrumen terlihat dari pemanfaatan berbagai alat diplomasi seperti promosi perdagangan dan sertifikasi produk. Proses diplomasi dijalankan secara adaptif dan kolaboratif dengan berbagai pemangku kepentingan. Sedangkan variabel teater tercermin dari pemanfaatan ruang formal dan informal sebagai media diplomasi (Okano-Heijmans 2013, 63).

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Untuk jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kualitatif. Pemilihan jenis penelitian ini dilakukan karena penelitian bertujuan untuk memahami fenomena diplomasi ekonomi secara mendalam, khususnya melalui peran Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Toronto dalam meningkatkan ekspor *seafood* Indonesia ke Kanada. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan narasumber utama, yaitu Bapak Leonard Felix Hutabarat, yang menjabat sebagai Konsul Jenderal Republik Indonesia di Toronto pada periode 2018 hingga 2021. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, laporan resmi, berita, dan dokumen yang relevan. Hasil dari penelitian ini akan mendeskripsikan berbagai variabel terkait strategi, tantangan, serta dampak diplomasi ekonomi KJRI Toronto terhadap ekspor produk *seafood* Indonesia.

1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian

Penulis menemukan subjek dan objek dalam penelitian ini. Untuk **subjek** dalam penelitian ini adalah Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Toronto, sebagai tokoh utama dalam pelaksanaan diplomasi ekonomi. Sementara itu, **objek** dalam penelitian ini adalah strategi dan kebijakan diplomasi ekonomi yang diterapkan oleh KJRI Toronto, serta pengaruhnya terhadap peningkatan ekspor *seafood* Indonesia ke pasar Kanada pada periode 2020–2021.

1.8.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan narasumber utama, yakni Konsul Jenderal Republik Indonesia di Toronto, Bapak Leonard Felix Hutabarat, untuk mendapatkan informasi mengenai strategi diplomasi ekonomi yang dijalankan.

Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui pencarian sumber dari jurnal ilmiah, artikel, buku, laporan resmi, dan berita aktual yang relevan dengan topik diplomasi ekonomi Indonesia, khususnya dalam konteks hubungan perdagangan Indonesia-Kanada. Metode ini dipilih untuk memberikan landasan teori serta konteks yang mendalam dalam mendukung data primer yang telah diperoleh.

1.8.4 Proses Penelitian

Penulis melakukan proses penelitian dimulai dari penentuan topik dan rumusan masalah, kemudian dilanjutkan dengan studi literatur yang bertujuan untuk mengumpulkan data sekunder. Selanjutnya, penulis menyusun pedoman wawancara

dan melakukan wawancara mendalam dengan narasumber utama sebagai sumber data primer.

Setelah data primer dan sekunder terkumpul, penulis melakukan analisis deskriptif-kualitatif untuk memahami peran KJRI Toronto dalam diplomasi ekonomi serta bagaimana strategi yang dilakukan dapat mempengaruhi peningkatan ekspor *seafood* Indonesia ke Kanada.

1.9 Sistematika Pembahasan

Pada BAB 1 menjelaskan latar belakang yang melandasi penelitian, rumusan masalah, tujuan, dan cakupan penelitian. Selanjutnya, disajikan tinjauan pustaka yang relevan, kerangka pemikiran yang mendasari analisis, serta metode penelitian yang digunakan, termasuk jenis penelitian, subjek dan objek, teknik pengumpulan data, dan proses penelitian. Bab ini bertujuan untuk memberikan fondasi teoritis dan metodologis yang mendukung keseluruhan kajian.

Pada BAB 2 Penulis menguraikan konteks empirik diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh KJRI Toronto. Penulis membahas profil kelembagaan KJRI, peluang pasar produk *seafood* Indonesia di Kanada, komoditas ekspor unggulan yang menjadi fokus diplomasi, serta berbagai tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi diplomasi ekonomi. Analisis dalam bab ini diperkuat dengan data primer hasil wawancara dengan Kepala KJRI Toronto.

Pada BAB 3 ini mengkaji peran strategis KJRI Toronto dengan menggunakan kerangka teori diplomasi ekonomi yang dikembangkan oleh Okano-Heijmans. Pembahasan mencakup empat dimensi utama teori, adaptasi

strategi terhadap konteks eksternal, instrumen dan proses diplomasi yang digunakan, serta implementasi diplomasi dalam berbagai arena praktik. Evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan strategi diplomasi ekonomi dalam mendorong ekspor *seafood* ke Kanada.

Pada BAB 4 ini menyajikan kesimpulan dari keseluruhan analisis serta rekomendasi kebijakan dan strategi lanjutan yang dapat dilakukan untuk memperkuat diplomasi ekonomi Indonesia, khususnya dalam ekspor produk *seafood* melalui peran aktif KJRI Toronto.

BAB 2

DIPLOMASI EKONOMI KJRI TORONTO DALAM EKSPOR *SEAFOOD* INDONESIA KE KANADA

Pada bab ini penulis membahas strategi diplomasi ekonomi Indonesia dalam kerangka politik luar negeri, serta posisi dan kontribusi KJRI Toronto sebagai pelaksana kebijakan tersebut di wilayah Kanada. Fokus utama diarahkan pada upaya konkret dalam meningkatkan ekspor produk *seafood* Indonesia selama periode 2020–2021, dengan menyoroti intervensi strategis, tantangan, dan dinamika pasar yang dihadapi dalam pelaksanaan diplomasi ekonomi oleh KJRI Toronto.

2.1 Diplomasi Ekonomi Indonesia: Visi dan Strategi Umum

Diplomasi ekonomi Indonesia, meskipun telah digariskan dengan visi yang jelas, seringkali menghadapi tantangan dalam penerapan di lapangan. Seringkali, kebijakan yang dicanangkan pada level makro tidak selaras dengan realita implementasinya, menciptakan ketidakpastian dalam pelaksanaannya. Dalam berbagai forum internasional, Presiden Joko Widodo menyampaikan bahwa diplomasi Indonesia harus tidak hanya bersifat simbolis atau protokoler, tetapi harus memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi nasional, terutama dalam meningkatkan ekspor, menarik investasi, dan memperluas pasar global (Setkab, 2023).

Namun, kenyataan yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa diplomasi ekonomi Indonesia sering kali tidak terstruktur dengan baik, dan implementasinya tidak selalu sesuai dengan pola yang diinginkan. Sebagai contoh, menurut kebijakan

yang ada, tugas utama untuk memfasilitasi promosi ekspor dan memperluas pasar internasional seharusnya menjadi tanggung jawab *Indonesian Trade Promotion Center* (ITPC). ITPC, sebagai lembaga yang berada di bawah Kementerian Perdagangan, memiliki mandat untuk memperkenalkan produk Indonesia dan memperluas jaringan pasar ekspor Indonesia di luar negeri .

Namun, dalam praktiknya, pelaksanaan diplomasi ekonomi Indonesia sering kali tidak mengikuti pola ini. Banyak tugas ITPC yang sebenarnya dilaksanakan oleh perwakilan Indonesia lainnya, seperti Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) yang seharusnya berfokus pada urusan diplomatik dan hubungan internasional. KJRI, khususnya KJRI Toronto, dalam kenyataannya lebih banyak terlibat langsung dalam kegiatan yang berkaitan dengan perdagangan, seperti memfasilitasi pertemuan bisnis, membantu eksportir Indonesia, dan memperkenalkan produk Indonesia di pasar internasional, meskipun tugas tersebut seharusnya menjadi tanggung jawab ITPC (Barus, 2021).

Diplomasi ekonomi Indonesia pada dasarnya harus dipandang sebagai kegiatan yang sistematis, mulai dari perencanaan kebijakan hingga implementasi di lapangan. Namun, seringkali kebijakan yang ada di tingkat pusat, seperti yang dirumuskan oleh Kementerian Luar Negeri dan Kementerian Perdagangan, tidak terkoordinasi dengan baik di tingkat operasional. Hal ini disebabkan oleh kurangnya keterpaduan antara lembaga dan kementerian yang seharusnya bekerja bersama dalam suatu sistem yang terintegrasi. Sementara ITPC dirancang untuk memfasilitasi perdagangan, kenyataannya KJRI dan Kementerian Luar Negeri sering kali menjadi aktor utama yang menggerakkan diplomasi ekonomi di lapangan.

Peran Kementerian Luar Negeri, yang seharusnya lebih berfokus pada diplomasi politik, seringkali meluas ke area yang lebih komersial, seperti mengatur pertemuan bisnis dan mendukung sektor perdagangan di luar negeri. Meskipun peran ini seharusnya dibagi dengan ITPC, pada kenyataannya Kementerian Luar Negeri, melalui jaringan KJRI di luar negeri, mengambil alih sebagian besar pekerjaan yang berkaitan dengan diplomasi ekonomi. Hal ini menyebabkan duplikasi fungsi dan kurangnya koordinasi yang jelas antar lembaga. Dalam hal ini, pelaksanaan kebijakan diplomasi ekonomi Indonesia tidak hanya bergantung pada satu kementerian atau lembaga, tetapi melibatkan berbagai aktor dengan mandat yang berbeda, namun seringkali tumpang tindih.

Salah satu contoh nyata dari ketidaksesuaian antara kebijakan dan praktik adalah peran yang dimainkan oleh KJRI Toronto. Meskipun tugas utama promosi ekspor dan fasilitasi perdagangan seharusnya dilakukan oleh ITPC, KJRI Toronto justru mengambil peran lebih aktif dalam memfasilitasi perdagangan dan memperkenalkan produk Indonesia ke pasar Kanada. KJRI Toronto tidak hanya berperan sebagai perwakilan negara, tetapi juga sebagai fasilitator dagang yang membantu eksportir Indonesia dalam mengatasi hambatan yang mereka hadapi, seperti perizinan ekspor dan standar regulasi keamanan pangan (Barus, 2021).

Sebagai contoh, pada periode 2020-2021, sektor perikanan Indonesia, terutama produk seperti udang, tuna, dan rajungan, mengalami peningkatan ekspor yang signifikan ke Kanada. Hal ini tidak hanya berkat kebijakan pemerintah pusat, tetapi juga karena keterlibatan aktif KJRI Toronto dalam memfasilitasi pertemuan

bisnis, promosi produk, dan membantu eksportir mengatasi hambatan teknis yang terkait dengan logistik dan sertifikasi produk.

Diplomasi ekonomi Indonesia seharusnya dapat diterjemahkan dengan jelas dari kebijakan nasional ke praktik internasional melalui koordinasi yang baik antar lembaga dan kementerian. Namun, eksekusi dari peraturan yang ada di Indonesia sering kali terhambat oleh perbedaan pola dan pendekatan yang digunakan oleh berbagai aktor di lapangan. Mulai dari hulu, yakni penyusunan kebijakan, hingga hilir, yakni implementasi di lapangan, semua lembaga yang terlibat harus bekerja dalam sinergi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Tanpa koordinasi yang baik, diplomasi ekonomi Indonesia akan terus menghadapi tantangan dalam mencapai tujuan ekspornya di pasar internasional.

2.2 Peluang Pasar Produk *Seafood* di Kanada

Pasar produk *seafood* di Kanada menunjukkan potensi yang signifikan terutama karena faktor demografi dan perkembangan sektor kuliner. Kanada memiliki populasi yang sangat beragam secara etnis dan budaya, yang turut membentuk preferensi konsumsi makanan termasuk *seafood*. Berdasarkan data Sensus Kanada 2021, imigran kelahiran Asia mencakup sekitar 21,2% dari total populasi, dengan komunitas dari negara-negara seperti Tiongkok, Vietnam, Filipina, dan India yang memiliki tradisi kuliner kaya akan *seafood* (Statistics Canada, 2021).

Keragaman ini menjadi faktor kunci dalam memperkuat permintaan produk *seafood* di berbagai wilayah di Kanada. Permintaan terhadap produk *seafood* yang berkelanjutan dan berkualitas dari Asia Tenggara, khususnya Indonesia, terus meningkat seiring berkembangnya sektor jasa makanan dan ritel di Kanada. Restoran

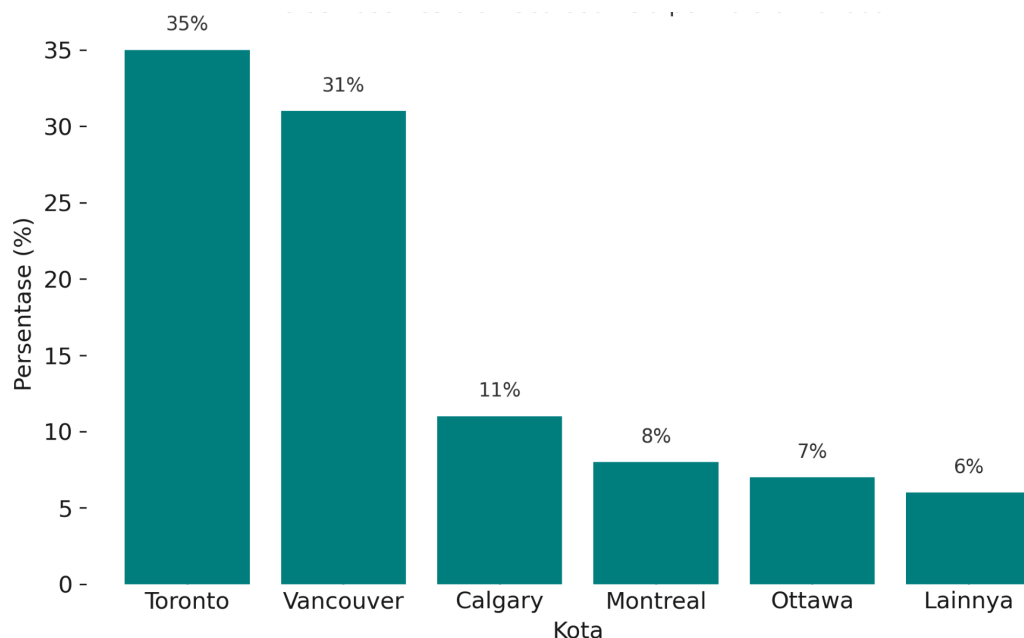
bertema Asia, supermarket, dan toko kelontong yang menyajikan atau menyediakan seafood menjadi kanal utama distribusi dan konsumsi produk ini (Hutabarat, 2025).

2.2.1 Ekspor Seafood Indonesia ke Kanada

Salah satu faktor utama peningkatan ekspor *seafood* ke Kanada adalah pertumbuhan signifikan restoran *seafood* Asia di kota-kota besar seperti Toronto, Vancouver, dan Calgary. Kota-kota ini menjadi pusat kuliner dengan konsentrasi tinggi restoran yang mengkhususkan diri pada menu *seafood*, termasuk udang, tuna, dan kepiting, yang merupakan produk utama ekspor Indonesia.

Secara khusus, sekitar 66% dari total restoran *seafood* Asia di Kanada terkonsentrasi di tiga kota tersebut, dengan rincian sebagai berikut:

Diagram 1. Persentase Restoran Seafood Asia per Kota di Kanada



Sumber: Statistics Canada, Sensus 2021

Restoran-restoran *seafood* ini umumnya mengimpor *seafood* segar dan beku dari Indonesia melalui distributor lokal yang memiliki jaringan luas atau langsung dari eksportir Indonesia yang berpengalaman memenuhi standar kualitas dan regulasi pasar Kanada. Standar tersebut meliputi aspek keamanan pangan, sertifikasi halal bagi pasar Muslim, serta prosedur pengemasan yang menjaga kesegaran produk selama pengiriman jarak jauh (Statistics Canada, 2021).

Selain restoran, peran supermarket besar dan toko kelontong Asia ternama seperti T&T Supermarket, Loblaws, dan No Frills sangat krusial dalam memperluas jangkauan distribusi produk *seafood* dari Asia Tenggara. Diagram persebaran restoran dan toko ritel ini menunjukkan bahwa produk *seafood* dari Indonesia tidak hanya menjadi pilihan komunitas Asia, tetapi juga menarik perhatian konsumen Kanada dari latar belakang budaya yang beragam. Hal ini mengindikasikan semakin meluasnya apresiasi masyarakat Kanada terhadap keunikan rasa dan kualitas *seafood* tropis yang sebelumnya kurang dikenal (Statistics Canada, 2021).

Permintaan yang stabil dan terus berkembang ini mendapat dukungan dari kebijakan imigrasi terbuka Kanada yang mempromosikan keberagaman budaya dan etnis. Kebijakan ini memungkinkan komunitas imigran mempertahankan tradisi kuliner mereka sekaligus membuka peluang bagi masyarakat lokal untuk mengenal dan menikmati makanan laut khas Asia. Dengan semakin banyaknya restoran dan outlet ritel yang menyediakan *seafood* Asia, budaya kuliner ini turut menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial dan ekonomi di Kanada (Hutabarat, 2025).

Dalam mendukung proses ekspor *seafood* Indonesia ke Kanada, peran Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) di Toronto sangat vital. KJRI Toronto

tidak hanya membantu dalam aspek diplomasi perdagangan, tetapi juga aktif memfasilitasi pelaku usaha Indonesia dalam memenuhi persyaratan teknis, regulasi, dan sertifikasi yang berlaku di Kanada. KJRI memberikan bimbingan terkait standar keamanan pangan, proses sertifikasi halal, serta prosedur pengiriman dan distribusi agar produk *seafood* Indonesia dapat diterima dengan baik oleh pasar Kanada (Hutabarat, 2025).

Dari sisi produsen dan eksportir Indonesia, peningkatan permintaan pasar Kanada terhadap produk *seafood* telah memacu inovasi dalam berbagai aspek. Kualitas produk yang segar dan aman menjadi fokus utama, disertai dengan kemasan yang menarik serta memenuhi standar lingkungan yang kini menjadi perhatian global. Sertifikasi halal juga menjadi nilai tambah strategis yang membuka akses ke pasar Muslim di Kanada dan sekitarnya (Hutabarat, 2025).

Sinergi antara pertumbuhan restoran *seafood* Asia, komunitas multikultural yang dinamis, pasar ritel yang luas, dan dukungan KJRI Toronto menciptakan peluang ekspor *seafood* Indonesia yang semakin terbuka lebar. *Heatmap* persebaran restoran dan toko ritel ini juga membantu eksportir dan distributor dalam mengidentifikasi wilayah strategis untuk pemasaran dan distribusi produk (Hutabarat, 2025).

2.2.2 Peluang akibat Gangguan Rantai Pasok Global (Pandemi)

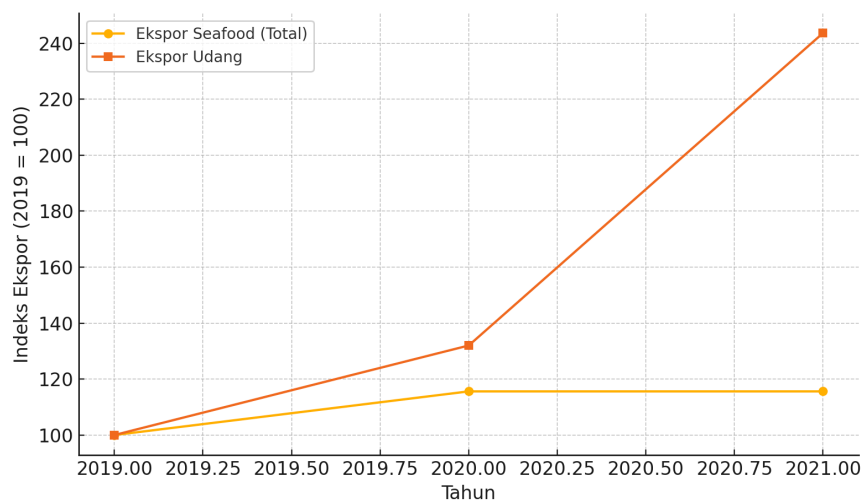
Pandemi global yang sedang berlangsung telah memicu gangguan substansial dalam rantai pasokan global, yang mencakup hampir semua sektor, termasuk industri *seafood* (Xu et al. 2024). Pertemuan berbagai faktor, termasuk pembatasan mobilitas, penutupan pelabuhan, kekurangan tenaga kerja, dan melonjaknya biaya logistik, telah

menimbulkan tantangan bagi negara-negara pengeksport utama seperti Vietnam, Tiongkok, dan India yang sebelumnya mendominasi pasar *seafood* Kanada. Hal ini mengakibatkan ketidakseimbangan antara permintaan dan ketersediaan produk di pasar Kanada, menciptakan kesenjangan pasokan yang telah membuka peluang strategis bagi negara-negara alternatif, seperti Indonesia, untuk meningkatkan ekspor *seafood* (Hutabarat 2025).

Beberapa tahun lalu, Indonesia juga menghadapi tantangan besar terkait dengan praktik penangkapan udang yang tidak berkelanjutan, termasuk penggunaan alat tangkap ilegal dan penangkapan di area yang dilindungi atau tidak sesuai dengan kuota yang ditetapkan. Masalah ini menyebabkan *blacklisting* Indonesia oleh beberapa negara, termasuk Amerika Serikat, yang menganggap Indonesia tidak memenuhi standar internasional dalam keberlanjutan perikanan. Pada 2016, Indonesia menghadapi ancaman dari National Oceanic and Atmospheric Administration (NOAA) terkait *IUU Fishing (Illegal, Unreported, and Unregulated Fishing)*, yang berisiko menghalangi akses Indonesia ke pasar ekspor utama, termasuk Amerika Serikat (Vinata and Kumala 2023). Meski demikian, Indonesia berhasil keluar dari krisis tersebut dengan melakukan reformasi signifikan dalam kebijakan dan praktik perikananannya, termasuk memperkenalkan standar keberlanjutan yang lebih ketat, serta memperbaiki sistem pengawasan dan perizinan. Sebagai hasilnya, Indonesia tidak hanya berhasil membuka kembali akses ekspor ke pasar Amerika Serikat, tetapi juga memperkuat posisinya di pasar Kanada, yang sempat terganggu oleh pasokan dari negara-negara pesaing seperti Vietnam dan Tiongkok yang mengalami kendala logistik. Dengan komitmen yang lebih kuat terhadap keberlanjutan dan pengawasan kualitas, Indonesia mampu memanfaatkan celah yang ditinggalkan negara-negara

tersebut dan memperluas ekspor *seafood*, khususnya udang, ke pasar Kanada yang terus berkembang.

Grafik 2. Perkembangan Ekspor *Seafood* ke Toronto (2019-2021)



Sumber: *Market Intelligence Produk Seafood Indonesia ke Kanada, KJRI Toronto.*

Di tengah gangguan logistik dan produksi yang dialami negara-negara pesaing, Indonesia telah menunjukkan ketahanan dan kemampuan beradaptasi yang luar biasa dalam perannya sebagai pemasok *seafood*. Melalui kerja sama yang erat antara pelaku usaha dan Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) di Toronto, Indonesia telah berhasil memanfaatkan krisis global untuk memperkuat posisi ekspornya untuk produk-produk unggulan seperti udang vannamei, tuna saku, dan kepiting. Seperti yang ditunjukkan pada Bagian 2, total ekspor *seafood* Indonesia ke Toronto menunjukkan peningkatan yang moderat dari indeks 100 pada tahun 2019 menjadi sekitar 108 pada tahun 2020, dan mempertahankan level tersebut pada tahun 2021. Namun, peningkatan ekspor yang lebih nyata diamati pada udang, dengan indeks ekspor meningkat dari 100 pada tahun 2019 menjadi sekitar 132 pada tahun

2020, dan kemudian mencapai indeks 240 pada tahun 2021. Pada tahun 2020, tingkat penetrasi adalah 32%, dan meningkat menjadi 84% pada tahun 2021 dibandingkan dengan tahun dasar 2019. Angka-angka ini menunjukkan bahwa strategi penetrasi pasar Indonesia telah efektif dan tepat sasaran (Endit 2022).

Selain itu, pandemi telah mempercepat pergeseran preferensi konsumen Kanada. Kekhawatiran yang berlaku mengenai keamanan dan ketersediaan pangan, konsumen Kanada telah menunjukkan penerimaan yang lebih tinggi terhadap produk-produk baru yang memenuhi kriteria kualitas dan keberlanjutan, termasuk *seafood* dari negara-negara yang sebelumnya menempati posisi yang kurang menonjol di pasar masing-masing. Pemerintah Indonesia telah secara efektif mempromosikan narasi keberlanjutan yang menekankan metode penangkapan ikan tradisional, pemberdayaan masyarakat pesisir, dan cita rasa unik produk tropis. Narasi ini telah berhasil menumbuhkan citra positif di kalangan konsumen yang mencari alternatif untuk pasokan tradisional Asia Timur (Hutabarat 2025).

Kondisi ini menunjukkan bahwa krisis global juga dapat menghasilkan peluang strategis bagi negara-negara berkembang, seperti Indonesia, asalkan mereka mampu merespons dengan cepat dan tepat. Dalam konteks ini, penerapan diplomasi ekonomi adaptif oleh KJRI Toronto telah muncul sebagai faktor penting dalam memanfaatkan peluang pasar yang muncul setelah pandemi. Strategi seperti pencocokan bisnis virtual, promosi produk melalui festival digital, dan konsultasi regulasi daring telah terbukti efektif dalam menanggapi tantangan keterbatasan mobilitas fisik dan menjaga keberlanjutan penetrasi pasar (Hutabarat 2025).

Lebih jauh, pelajaran yang dipetik dari pandemi menggarisbawahi pentingnya membangun rantai pasokan yang tangguh dan mendiversifikasi mitra dagang. Kerentanan ekonomi Kanada, dibuktikan dengan ketergantungannya pada sejumlah kecil negara pengeksport utama, merupakan faktor utama yang berkontribusi terhadap tantangan yang dialami selama resesi global. Dalam konteks ini, Republik Indonesia dapat berperan sebagai mitra dagang yang andal, fleksibel, dan berorientasi pada keberlanjutan, yang tidak hanya menawarkan penjualan barang tetapi juga jaminan keamanan pasokan jangka panjang. Untuk memastikan keberlanjutan potensi ini, sangat penting untuk menerapkan langkah-langkah strategis, termasuk penambahan kapasitas produksi, perluasan fasilitas penyimpanan dingin, dan percepatan sertifikasi internasional. Langkah-langkah ini penting untuk memastikan bahwa Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai pengganti sementara tetapi juga membangun kehadiran yang langgeng di pasar Kanada di era pasca pandemi (Hutabarat 2025).

Akibatnya, gangguan rantai pasokan global akibat pandemi telah menciptakan peluang yang signifikan bagi ekspor *seafood* Indonesia ke Kanada. Hal ini menunjukkan bahwa ketahanan sistem ekspor dan kecepatan respons diplomatik merupakan dua faktor penting dalam memanfaatkan peluang di tengah krisis global. Pendekatan strategis Konsulat Jenderal Indonesia di Toronto dalam mengidentifikasi peluang pasar dan menjalin hubungan perdagangan dengan kelincahan dan kemampuan beradaptasi merupakan contoh potensi diplomasi ekonomi untuk mengubah tantangan menjadi keuntungan strategis bagi negara-negara berkembang seperti Indonesia (Hutabarat 2025).

2.3 Tantangan Empiris dalam Ekspor

2.3.1 Hambatan Non-Tarif dan Sertifikasi Ketat (CFIA, SFCR)

Tantangan signifikan dalam produk *seafood* Indonesia yang diekspor ke Kanada berkaitan dengan adanya hambatan non tarif (*Non-Tariff Barriers/NTB*) yang ketat, khususnya dalam bentuk regulasi sertifikasi, persyaratan keamanan pangan, dan penerapan sistem ketertelusuran (Mualif 2024). Hambatan nontarif dibedakan dari tarif impor karena lebih bersifat teknis, administratif, dan sering kali memerlukan penyesuaian mendalam pada proses produksi, logistik, dan dokumentasi ekspor dari negara asal. Sebaliknya, tarif impor bersifat kuantitatif dan terukur. Di Kanada, dua lembaga utama yang berperan dalam pengawasan ini adalah Badan Pengawasan Makanan Kanada (*Canadian Food Inspection Agency/CFIA*) dan sistem regulasi *Safe Food for Canadians Regulations* (SFCR), yang telah berlaku secara nasional sejak 2019 (CFIA 2018).

Badan Pengawasan Makanan Kanada (CFIA) adalah lembaga federal yang memainkan peran penting dalam memastikan keamanan pangan Kanada, melindungi konsumen, dan menjaga integrasi pasar pangan nasional. Untuk produk makanan laut impor, CFIA menerapkan serangkaian prosedur verifikasi, termasuk persyaratan sanitasi, pelabelan, pengemasan, pengendalian bahaya biologis dan kimia, serta bukti ketertelusuran dari titik asal hingga titik distribusi. Oleh karena itu, semua eksportir makanan laut ke Kanada wajib memberikan dokumentasi dan bukti yang memadai yang membuktikan keamanan dan kebersihan produk mereka, selain kepatuhan mereka terhadap standar internasional untuk pemrosesan (CFIA 2018).

Penerapan *Safe Food for Canadians Regulations* (SFCR) di Kanada memberikan tantangan yang signifikan bagi eksportir Indonesia, khususnya bagi

usaha kecil dan menengah (UKM) yang bergerak di bidang produk hasil laut. SFCR mewajibkan semua entitas yang terlibat dalam impor, pemrosesan, dan distribusi bahan pangan untuk memiliki lisensi resmi serta menerapkan sistem *Preventive Control Plan* (PCP) yang ketat guna menjamin keamanan pangan sesuai standar Kanada. Tantangan utama yang dihadapi eksportir Indonesia adalah kebutuhan untuk memahami dokumen teknis yang kompleks dan berbahasa Inggris, yang sering kali menjadi hambatan bagi UKM yang minim sumber daya teknis dan administrasi. Selain itu, SFCR mensyaratkan penggunaan peralatan pengujian kualitas yang memenuhi standar Kanada, sementara UKM seringkali tidak memiliki fasilitas laboratorium memadai dan harus mengandalkan laboratorium pihak ketiga dengan biaya yang cukup tinggi (Puspita 2024).

Proses audit keamanan pangan yang rutin juga menjadi beban tambahan, karena UKM kesulitan menyediakan tenaga ahli dan sumber daya untuk menjalankan audit internal maupun eksternal secara berkala. Selain itu, prosedur pengurusan lisensi yang rumit dan memakan waktu turut menyebabkan keterlambatan pengiriman produk ke pasar Kanada, berpotensi merugikan hubungan bisnis dengan mitra dagang. Sebagai contoh, sebuah UKM pengolahan udang beku di Jawa Timur mengalami kesulitan dalam mengartikan persyaratan SFCR, harus mengeluarkan biaya tinggi untuk pengujian di laboratorium pihak ketiga, serta tertunda dalam memenuhi audit PCP, sehingga ekspornya sempat tertunda dan berisiko kehilangan distributor di Kanada. Oleh karena itu, meskipun regulasi ini sangat penting untuk menjamin keamanan pangan, penerapannya menimbulkan beban yang cukup besar bagi eksportir UKM Indonesia (CFIA 2018).

Kendala ini semakin dirasakan oleh usaha mikro dan koperasi nelayan di Indonesia yang masih menggunakan metode produksi tradisional dan belum terintegrasi ke dalam sistem pengendalian kualitas modern. Sebagian besar entitas ini belum menerapkan sistem pencatatan elektronik, sistem pelabelan ganda (bilingual), atau bahkan mengakses informasi yang komprehensif mengenai standar CFIA. Dinamika ini mengakibatkan sebagian besar produk *seafood* Indonesia tidak tersedia untuk pembelian langsung di pasar eceran Kanada. Sebaliknya, produk-produk ini masuk melalui pihak ketiga atau importir besar yang melakukan proses pengemasan ulang dan pelabelan ulang. Hal ini, pada gilirannya, menyebabkan pengurangan nilai tambah langsung bagi eksportir Indonesia (Hutabarat 2025).

Kemudian kompleksitas dokumentasi, beban keuangan untuk memperoleh sertifikasi, dan proses audit yang berlarut-larut menjadi penghalang bagi eksportir pemula yang ingin mengakses pasar Kanada secara langsung. Akibatnya, meskipun Kanada merupakan pasar potensial, penetrasi ekspor *seafood* Indonesia relatif lebih rendah dibandingkan negara-negara pesaing seperti Vietnam dan Tiongkok, yang telah memiliki sistem produksi yang lebih terstandarisasi dan dukungan logistik yang terintegrasi dengan pasar Amerika Utara. Negara-negara ini juga merupakan yang pertama kali mengubah praktik penangkapan ikan mereka agar sesuai dengan persyaratan CFIA dan SFCR, dan bahkan telah memulai kerja sama teknis langsung dengan otoritas Kanada (Hutabarat 2025).

2.3.2 Keterbatasan UMKM: Modal, Produksi, dan Cold Storage

UMKM memegang peranan penting dalam struktur industri *seafood* Indonesia, termasuk di sektor ekspor hasil laut. Namun, kontribusinya yang besar

belum diimbangi dengan dukungan struktural yang memadai, khususnya terkait permodalan, kapasitas produksi, dan infrastruktur penyimpanan dingin. Keterbatasan tersebut menimbulkan tantangan sistemik yang berdampak langsung pada kapasitas Indonesia dalam memenuhi standar dan ekspektasi pasar ekspor, seperti Kanada (Hutabarat 2025).

Pertama, terkait permodalan, mayoritas UMKM di sektor *seafood* masih mengalami kendala dalam mengakses pembiayaan formal. Mereka kerap mengandalkan modal pribadi, pinjaman informal, atau dana koperasi yang dikenakan bunga tinggi. Kendala yang dihadapi pengusaha dalam mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan tradisional kerap dikaitkan dengan tiga faktor utama, yaitu :

- a) Kendala yang sering terjadi adalah tidak adanya agunan yang memadai, yang berfungsi sebagai jaminan atau jaminan pelunasan;
- b) Ketidakjelasan legalitas usaha dapat menimbulkan skeptisisme dari lembaga keuangan; dan
- c) Literasi keuangan pengusaha, yang mencakup pengetahuan dan keterampilan mereka dalam manajemen keuangan, dapat menjadi faktor pembatas dalam menavigasi sistem keuangan (Grahadyarini 2020).

Memang, untuk bersaing di pasar Kanada, UKM harus berinvestasi dalam peningkatan kualitas produksi. Investasi tersebut dapat mencakup modernisasi peralatan penangkapan ikan dan pemrosesan, pelatihan pekerja, dan pengelolaan sertifikasi internasional. Dengan tidak adanya dukungan keuangan yang kuat, banyak UKM merasa terkekang dalam kapasitas produksi mereka, tidak mampu secara konsisten memenuhi permintaan ekspor (Hutabarat 2025).

Kedua, kendala kapasitas produksi yang terbatas merupakan hambatan yang cukup besar. Banyak UKM yang merasa terkekang dalam kemampuan produksinya, hanya mampu menghasilkan output sebagai respons terhadap permintaan lokal atau dalam skala kecil, pesanan menit terakhir, daripada melayani pasar ekspor jangka panjang yang menuntut pasokan yang stabil dan terjadwal. Fluktuasi hasil tangkapan, kelangkaan teknologi produksi, dan musim juga telah diidentifikasi sebagai faktor yang berkontribusi terhadap tidak adanya kontinuitas pasokan (Saharuddin et al. 2025). Kondisi ini bertolak belakang dengan kebutuhan pasar Kanada, yang menuntut pengiriman rutin dalam volume besar, dengan standar kualitas dan kesegaran yang seragam. Ketidakmampuan untuk memenuhi kontinuitas pasokan ini telah menyebabkan pembeli Kanada enggan bekerja sama secara langsung dengan eksportir skala kecil dari Indonesia, lebih memilih mitra dari negara pesaing yang memiliki sistem produksi yang terintegrasi secara industri (Hutabarat 2025).

Ketiga, hambatan yang signifikan berkaitan dengan tidak adanya infrastruktur penyimpanan dingin dan rantai dingin yang efektif. Rantai pasokan untuk *seafood* sangat rentan terhadap variasi suhu dan durasi. Tanpa sistem pendingin yang optimal, terdapat risiko kerusakan produk yang signifikan selama proses penanganan pasca tangkap hingga pengiriman. Di sejumlah sentra produksi perikanan di Indonesia, ketersediaan fasilitas penyimpanan dingin terbatas atau bahkan tidak ada. Sejumlah besar pelaku usaha terpaksa menyewa *cold storage* milik swasta dengan biaya selangit atau memanfaatkan fasilitas umum yang tidak memenuhi standar ekspor. Fenomena ini berdampak langsung pada penurunan kualitas produk saat tiba di negara tujuan, termasuk Kanada yang memiliki standar sanitasi dan keamanan pangan yang ketat (Hutabarat 2025).

Kurangnya infrastruktur rantai dingin, yang menghubungkan titik tangkapan dengan pelabuhan ekspor, juga menimbulkan pemborosan yang signifikan, terutama untuk komoditas bernilai tinggi seperti udang dan tuna. Dalam pasar ekspor, ketidakstabilan suhu dan manajemen distribusi dingin yang tidak memadai telah terbukti mengakibatkan penurunan kualitas produk dan potensi penolakan oleh otoritas Kanada, seperti CFIA. Penolakan semacam itu berpotensi mempengaruhi tidak hanya satu pengiriman, tetapi juga reputasi eksportir dan negara asal secara lebih luas di mata importir dan regulator Kanada (Hutabarat 2025).

Tantangan ini semakin rumit dengan adanya kesenjangan koordinasi yang berkelanjutan antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan pelaku usaha dalam menyediakan infrastruktur pendukung ekspor. Alokasi sumber daya keuangan untuk program bantuan peralatan pendingin, pembiayaan ekspor, dan pelatihan kualitas seringkali bermasalah. Program-program ini sering kali tidak cukup tepat sasaran atau berkelanjutan. Selain itu, sejumlah UMKM tidak memiliki keahlian teknis personal yang mampu mengoperasikan fasilitas penyimpanan dingin secara maksimal. Meskipun fasilitas tersedia, biaya listrik dan pemeliharaan yang tinggi seringkali menghambat pemanfaatan yang optimal (Hutabarat 2025).

2.4 Keberhasilan Diplomasi Ekonomi KJRI Toronto: Peningkatan Ekspor *Seafood* Indonesia ke Kanada (2020–2021)

Masuknya produk perikanan (*seafood*) ke dalam sepuluh besar komoditas ekspor utama Indonesia ke Kanada pada tahun 2021, tepatnya pada peringkat ketujuh dengan nilai mencapai USD 35 juta, merupakan indikator penting dalam dinamika perdagangan bilateral sekaligus menegaskan keberhasilan pelaksanaan diplomasi

ekonomi yang dijalankan oleh pemerintah Indonesia melalui perwakilan luar negeri. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), komoditas *seafood* belum masuk dalam sepuluh besar ekspor Indonesia ke Kanada pada tahun 2020. Peningkatan peringkat pada tahun berikutnya menandai adanya transformasi strategis dalam struktur ekspor nasional, khususnya dalam sektor perikanan yang sebelumnya kurang menonjol dalam peta ekspor ke negara-negara maju seperti Kanada (BPS, 2022).

Tabel 4. 10 Peringkat Komoditas Ekspor Indonesia ke Kanada tahun 2020

Peringkat	Komoditas	Nilai (USD Juta)
1	Kertas dan produk kertas	104,7
2	Karet dan barang dari karet	74,6
3	Perabot (mebel)	58,1
4	Pakaian bukan rajutan	52,4
5	Alas kaki	49,8
6	Barang dari plastik	41,2
7	Produk makanan olahan	40,7
8	Minyak atsiri & kosmetik	37,5
9	Kopi, teh, rempah	35,2
10	Mesin & peralatan mekanik	34,1

Sumber : BPS 2022

Tabel 5. 10 Peringkat Komoditas Ekspor Indonesia ke Kanada tahun 2021

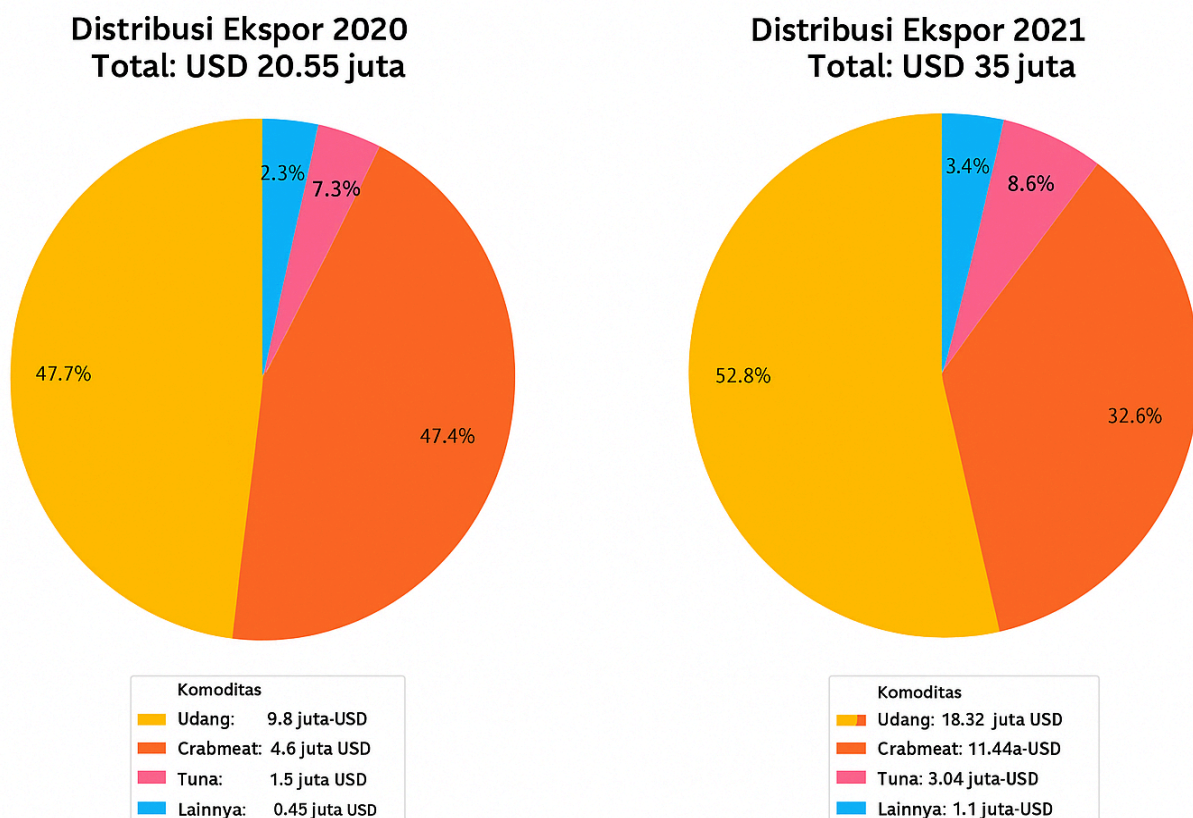
Peringkat	Komoditas	Nilai (USD Juta)
1	Minyak bumi & bahan bakar mineral	257,8

2	Perabot (mebel)	113,5
3	Kursi & bagian kursi	92,4
4	Kayu gergajian	64,6
5	Sepatu kulit	55,4
6	Bangunan prefabrikasi	41,1
7	Produk Perikanan (<i>Seafood</i>)	35,0
8	Produk makanan lainnya	33,5
9	Barang plastik lainnya	30,3
10	Cokelat & makanan kakao	28,2

Sumber : *BPS 2022*

Berdasarkan data *Statistics Canada* yang dihimpun oleh Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Toronto, nilai ekspor produk *seafood* Indonesia ke Kanada meningkat secara signifikan, dari USD 20,55 juta pada tahun 2020 menjadi USD 35 juta pada tahun 2021, atau mengalami pertumbuhan sebesar 70,3 persen dalam satu tahun. Pertumbuhan ini mencerminkan tidak hanya keberhasilan pelaku usaha dalam merespons permintaan pasar, tetapi juga hasil dari keberlanjutan strategi promosi dan diplomasi ekonomi yang dilakukan secara sistematis oleh perwakilan diplomatik di wilayah tersebut.

Diagram 2. Perbandingan Komposisi Total Ekspor *Seafood* Indonesia ke Kanada Tahun 2020 dan 2021



Sumber : *Statistik Ekspor Hasil Perikanan Tahun 2020-2021*

Analisis terhadap perbandingan komposisi ekspor produk perikanan Indonesia ke Kanada pada tahun 2020 dan 2021 menunjukkan adanya perubahan struktur kontribusi komoditas utama yang cukup signifikan. Komoditas udang tetap mendominasi sebagai produk ekspor unggulan dengan peningkatan kontribusi dari 47,7% (USD 9,8 juta) pada tahun 2020 menjadi 52,8% (USD 18,32 juta) pada tahun

2021. Peningkatan ini mencerminkan penguatan posisi udang sebagai komoditas utama dalam ekspor *seafood* Indonesia ke Kanada, sekaligus menunjukkan efektivitas strategi promosi dan peningkatan kapasitas produksi yang dilakukan (BPS 2022).

Sementara itu, meskipun crabmeat mengalami peningkatan nilai ekspor secara nominal, yakni dari USD 9,75 juta pada tahun 2020 menjadi USD 11,41 juta pada tahun 2021, proporsi kontribusinya terhadap total ekspor justru mengalami penurunan dari 47,4% menjadi 32,6%. Penurunan persentase ini mengindikasikan adanya pergeseran fokus ekspor atau perubahan preferensi pasar, di mana udang menjadi lebih kompetitif dalam memenuhi permintaan di pasar Kanada (BPS 2022).

Adapun komoditas lainnya seperti tuna mengalami peningkatan kontribusi dari 7,3% (USD 1,5 juta) menjadi 8,6% (USD 3,04 juta), serta kategori lainnya meningkat dari 2,2% (USD 0,45 juta) menjadi 3,4% (USD 1,1 juta). Komoditas tilapia, yang sebelumnya berkontribusi sebesar 2,4% (USD 0,5 juta) pada tahun 2020, tidak tercantum secara eksplisit dalam data tahun 2021 dan telah dikelompokkan dalam kategori “lainnya” (BPS 2022).

Peningkatan kontribusi beberapa komoditas selain udang dan *crab meat* menunjukkan adanya tren diversifikasi produk ekspor yang mulai berkembang. Diversifikasi ini menjadi indikasi positif bagi strategi diplomasi ekonomi Indonesia, khususnya dalam upaya memperluas pasar serta memperkuat daya saing berbagai produk perikanan di pasar internasional, termasuk Kanada (BPS 2022).

BAB 3
ANALISIS PERAN AKTIF KJRI TORONTO DALAM DIPLOMASI
EKONOMI

Diplomasi ekonomi merupakan bentuk integrasi antara kebijakan luar negeri dan kebijakan ekonomi suatu negara yang dijalankan melalui aktor-aktor diplomatik untuk mencapai tujuan nasional, khususnya dalam bidang kesejahteraan dan stabilitas. Berdasarkan kerangka konseptual yang dikembangkan oleh Maaike Okano-Heijmans, diplomasi ekonomi tidak hanya dipahami sebagai alat untuk meningkatkan ekspor atau investasi, melainkan sebagai strategi menyeluruh yang menyatukan kepentingan ekonomi dan politik dalam hubungan internasional. Diplomasi ekonomi diposisikan sebagai jembatan antara dimensi domestik dan global, yang memungkinkan negara beradaptasi dengan dinamika sistem internasional sekaligus memanfaatkan peluang-peluang yang muncul (Okano-Heijmans, 2013,63-65).

Dalam pandangan Okano-Heijmans, diplomasi ekonomi dijalankan dengan tujuan utama untuk memperjuangkan kepentingan nasional melalui jalur ekonomi. Tujuan tersebut dapat berupa penguatan posisi ekonomi suatu negara, pembukaan akses pasar internasional, peningkatan investasi, atau dukungan terhadap industri strategis nasional. Diplomasi ekonomi juga memainkan peran penting dalam membentuk citra negara di mata mitra internasional, termasuk dalam hal kredibilitas, kepatuhan terhadap standar global, dan keselarasan nilai-nilai (Okano-Heijmans, 2013,63-65).

Diplomasi ekonomi tidak bersifat netral atau teknis semata, tetapi mengandung unsur strategis dan normatif. Hal ini berarti bahwa setiap tindakan diplomatik dalam bidang ekonomi mengandung pilihan politik tertentu, serta dapat mencerminkan nilai dan identitas nasional yang ingin disampaikan kepada dunia luar. Oleh karena itu, strategi yang digunakan bersifat situasional dan sangat tergantung pada aktor, isu, dan tujuan yang ingin dicapai.

Untuk menganalisis pelaksanaan diplomasi ekonomi oleh Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Toronto dalam mendukung ekspor produk seafood ke Kanada pada periode 2020–2021, penelitian ini menggunakan kerangka analisis dari Okano-Heijmans yang terdiri atas empat elemen utama: kondisi latar (*context*), ruang operasional (*theatres*), proses (*processes*), dan alat (*instruments*). Keempat elemen tersebut digunakan untuk membaca dan memahami bagaimana diplomasi ekonomi dijalankan secara strategis dalam praktik kelembagaan.

Penting untuk digaris bawahi bahwa keempat elemen ini tidak disusun secara hierarkis, linier, atau kausal. Tidak ada satu elemen yang menjadi prasyarat bagi elemen lainnya, dan tidak pula terdapat tahapan tetap yang harus diikuti. Setiap elemen dapat saling beroperasi secara simultan, tergantung pada kompleksitas situasi dan strategi yang digunakan. Penempatan elemen *theatres* di kedua sisi segitiga kerangka juga menunjukkan bahwa proses dan alat diplomatik dapat berlangsung dalam ruang atau arena yang berbeda, tanpa urutan tetap.

Dengan pendekatan tersebut, pembahasan dalam bab ini tidak diarahkan pada pelacakan sebab-akibat antar elemen, melainkan untuk menunjukkan bagaimana keempat elemen tersebut dijalankan secara bersama oleh KJRI Toronto dalam

pelaksanaan diplomasi ekonomi yang adaptif terhadap peluang dan tantangan perdagangan bilateral Indonesia–Kanada (Okano-Heijmans, 2013,63-65).

3.1 Konteks Diplomasi Ekonomi

Konteks dalam diplomasi ekonomi merujuk pada keseluruhan lingkungan eksternal (global) dan lingkungan internal (lokal) yang membingkai arah, pendekatan, serta prioritas kebijakan luar negeri ekonomi suatu negara. Dalam kerangka teori Maaik Okano-Heijmans, konteks eksternal mencakup dinamika politik internasional, perkembangan pasar global, kebijakan perdagangan negara mitra, hingga nilai-nilai sosial dan budaya konsumen di negara tujuan ekspor. Sementara itu, konteks internal mencakup kebijakan ekonomi nasional, kesiapan industri dalam negeri, dukungan kelembagaan, serta kapasitas diplomatik negara tersebut dalam menjalin kerja sama ekonomi internasional (Okano-Heijmans, 2013, 63). Pemahaman atas dua dimensi konteks ini menjadi syarat mendasar agar diplomasi ekonomi tidak bersifat generik, melainkan adaptif terhadap realitas eksternal dan selaras dengan kemampuan serta kepentingan nasional.

Dalam konteks ekspor *seafood* Indonesia ke Kanada, misalnya, faktor eksternal mencakup meningkatnya permintaan pasar Kanada terhadap produk *seafood* yang sehat dan berkelanjutan, serta standar mutu yang ketat dan sistem ketelusuran produk yang wajib dipenuhi. Sementara dari sisi internal, kesiapan Indonesia dalam menyediakan produk berkualitas, penguatan sertifikasi, serta dukungan promosi ekspor menjadi prasyarat keberhasilan penetrasi pasar.

Dalam hubungan Indonesia–Kanada, diplomasi ekonomi yang dijalankan melalui KJRI Toronto tidak berlangsung dalam ruang hampa. Wilayah kerja KJRI

yang mencakup provinsi-provinsi strategis seperti Ontario dan Manitoba merupakan pusat aktivitas ekonomi, konsentrasi diaspora Indonesia, serta simpul penting dalam rantai distribusi perdagangan nasional Kanada. KJRI Toronto merespons konteks ini melalui berbagai instrumen, termasuk analisis pasar, pemanfaatan platform diplomasi multilateral, promosi budaya, serta penguatan jejaring kerja sama antar pelaku usaha.

Strategi yang diambil oleh KJRI Toronto tidak berfokus pada satu sektor semata, melainkan mempertimbangkan keterkaitan lintas sektor yang dinilai relevan dan potensial untuk diperkuat. Dalam spektrum inilah, ekspor *seafood* diposisikan sebagai salah satu sektor yang menonjol, karena secara kontekstual memiliki kecocokan dengan selera pasar Kanada, nilai tambah yang tinggi, serta daya saing produk Indonesia. Komoditas seperti udang, crab meat, dan escargot menjadi prioritas karena menunjukkan potensi besar dalam menembus pasar niche yang tumbuh pesat di tengah transformasi pola konsumsi masyarakat Kanada.

Perlu ditegaskan bahwa penelitian ini secara khusus memfokuskan pada ekspor *seafood* sebagai sektor prioritas dalam pelaksanaan diplomasi ekonomi KJRI Toronto pada periode 2020–2021. Fokus ini dipilih karena selama periode tersebut, KJRI Toronto melaksanakan sejumlah langkah strategis yang mencerminkan intensitas diplomasi ekonomi, antara lain melalui kerja sama dengan otoritas Kanada, fasilitasi sertifikasi ekspor, promosi produk secara digital dan langsung, serta pembukaan akses pasar. Dalam konteks tantangan global seperti pandemi dan ketatnya persaingan ekspor *seafood*, diplomasi ekonomi terbukti menjadi instrumen kunci untuk menembus hambatan, menjembatani kebutuhan pasar Kanada, serta

menyelaraskannya dengan kapasitas dan potensi ekspor domestik (Okano-Heijmans, 2013,63-65).

3.1.1 Faktor Global

Arah dan strategi diplomasi ekonomi dipengaruhi oleh berbagai faktor global. Dalam konteks teori Maaike Okano-Heijmans, faktor global mencakup dinamika global yang terus berubah, yang berasal dari lingkungan internasional yang lebih luas. Faktor global ini termasuk perkembangan geopolitik, fluktuasi ekonomi global, perubahan kebijakan dagang negara-negara mitra, serta standar internasional yang ditetapkan oleh lembaga-lembaga global seperti WTO, FAO, atau WHO. Faktor-faktor ini tidak hanya membentuk peluang pasar, tetapi juga menjadi tantangan teknis dan normatif yang harus direspons oleh negara melalui diplomasi ekonomi (Okano-Heijmans, 2013, 63).

Sebagai contoh, dalam konteks ekspor *seafood* Indonesia ke Kanada, salah satu faktor global yang paling berpengaruh adalah peningkatan standar keamanan pangan dan keberlanjutan lingkungan yang diterapkan oleh pemerintah Kanada. Hal ini sejalan dengan tren global menuju produk yang lebih *traceable*, *sustainable*, dan *ethically sourced*. Selain itu, ketegangan geopolitik dan gangguan rantai pasok akibat pandemi COVID-19 juga menjadi faktor global yang mendorong banyak negara untuk mencari sumber pasokan alternatif, menciptakan celah bagi Indonesia untuk memperluas penetrasi pasar melalui strategi diplomasi ekonomi yang responsif (Hutabarat, 2025).

Konsulat Jenderal Indonesia di Toronto telah menyesuaikan pendekatannya dalam mempromosikan produk-produk Indonesia agar sejalan dengan tren global,

terutama dalam konteks fase pandemi yang sedang berlangsung maupun sesudahnya. Misalnya, produk seafood asal Indonesia, termasuk udang dan tuna, dipromosikan sebagai barang premium yang memenuhi standar keamanan pangan yang ketat dan diproduksi sesuai dengan praktik berkelanjutan. Pendekatan ini sejalan dengan standar internasional dan nilai-nilai global yang sangat penting bagi konsumen dan regulator di Kanada. Konsulat Jenderal Indonesia di Toronto telah mengadopsi pendekatan yang beragam, menekankan aspek komersial sekaligus narasi yang lebih luas. Narasi ini memosisikan Indonesia sebagai mitra ekonomi yang adaptif, mampu memenuhi standar internasional, dan berkomitmen pada keberlanjutan (Hutabarat, 2025).

Pendekatan ini menjadi bagian integral dari diplomasi ekonomi yang berfungsi tidak hanya sebagai instrumen promosi, tetapi juga sebagai inisiatif pengembangan kapasitas bagi eksportir nasional. Oleh karena itu, penerapan diplomasi ekonomi oleh Konsulat Jenderal Indonesia dalam merespons faktor-faktor global merupakan manifestasi nyata dari pemahaman akan pentingnya konteks global sebagai landasan bagi strategi yang relevan dan kompetitif (Okano-Heijmans 2013, 63).

3.1.2 Faktor Lokal

Faktor lokal merupakan lapisan konteks yang sangat penting dalam pelaksanaan diplomasi ekonomi karena secara langsung berkaitan dengan dinamika sosial, regulasi, serta preferensi pasar di negara mitra. Dalam perspektif Maaik Okano-Heijmans, pemahaman terhadap faktor lokal menjadi penentu keberhasilan diplomasi ekonomi, karena seluruh strategi, alat, dan proses diplomasi harus

dikalibrasi berdasarkan realitas sosial, budaya, dan ekonomi yang berlaku di negara tujuan. Ia menegaskan bahwa pendekatan diplomasi ekonomi yang efektif tidak bersifat linier, tetapi interdependen dengan konteks tempat diplomasi tersebut dijalankan (Okano-Heijmans, 2013, 63–65).

Dalam konteks pasar Kanada, keberhasilan diplomasi ekonomi Indonesia melalui KJRI Toronto sangat ditentukan oleh kemampuan aktor diplomatik dalam merespons nilai-nilai budaya serta preferensi lokal yang dianut masyarakat Kanada. Konsumen Kanada dikenal sangat menjunjung tinggi prinsip keberlanjutan, keamanan pangan, serta praktik produksi yang etis. Faktor-faktor ini memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, khususnya dalam industri produk hasil laut seperti *seafood*.

Duta Besar Indonesia untuk Kanada, Bapak Leonard Felix Hutabarat, dalam wawancara yang dilakukan pada bulan April 2025, menegaskan bahwa:

“Konsumen dan mitra dagang di Kanada sangat memperhatikan dari mana produk berasal, bagaimana diproduksi, serta bagaimana proses distribusinya, termasuk aspek kemasan yang ramah lingkungan.”

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa strategi diplomasi ekonomi Indonesia tidak cukup hanya berfokus pada peningkatan kuantitas ekspor atau keunggulan produk semata, namun juga harus memperhatikan dan menyesuaikan diri dengan nilai-nilai budaya serta ekspektasi pasar lokal. Hal ini mencerminkan pentingnya pendekatan yang sensitif terhadap konteks sosial dan budaya dalam pelaksanaan diplomasi ekonomi di negara mitra (Hutabarat 2025).

KJRI Toronto merespons dinamika tersebut dengan menyesuaikan strategi promosi produk *seafood* Indonesia, seperti rajungan, agar selaras dengan harapan pasar. Strategi yang dijalankan tidak hanya menekankan pada kualitas produk, tetapi juga pada keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Dalam penjelasannya, Leonard menyampaikan bahwa, “*eco-labeling* dan keberlanjutan itu bukan lagi tambahan, tapi syarat utama kalau ingin masuk ke pasar Kanada. Mereka melihat MSC itu sebagai standar minimal.” Maka dari itu, produk ekspor Indonesia dituntut tidak hanya memenuhi standar teknis, tetapi juga mampu menyampaikan nilai etika produksi yang sesuai dengan preferensi konsumen Kanada (Hutabarat 2025).

Penyesuaian strategi juga dilakukan dalam bentuk pemenuhan terhadap regulasi teknis yang ditetapkan oleh *Canadian Food Inspection Agency (CFIA)*, yang mencakup pelabelan gizi, keamanan pangan, pengemasan, dan sertifikasi halal. KJRI Toronto berperan aktif sebagai fasilitator diplomasi teknis dengan mendukung eksportir Indonesia agar memenuhi standar seperti *Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP)* dan *Good Aquaculture Practices (GAP)*. Menanggapi hal tersebut, Bapak Leonard menyatakan, “Standar Kanada itu ketat, kita harus bisa pastikan dari hulu ke hilir, dari produksi sampai distribusi, semua sesuai.” Hal ini menunjukkan bahwa diplomasi ekonomi yang dijalankan tidak hanya bersifat normatif, melainkan juga teknokratis (Hutabarat 2025).

Selain itu, pendekatan diplomasi publik dan sosial juga menjadi bagian penting dari strategi KJRI Toronto. Dalam wawancara, Leonard menyampaikan bahwa,

“Diplomasi gastronomi dan keterlibatan diaspora menjadi kunci. Kita punya Indonesia Food Festival, business forum, dan pameran-pameran dagang untuk memperkenalkan produk kita sekaligus nilai-nilainya.”

Melalui pendekatan ini, nilai-nilai budaya Indonesia diperkenalkan secara strategis di ruang publik Kanada, serta memperkuat jangkauan diplomasi ekonomi dengan memanfaatkan komunitas diaspora sebagai agen komunikasi lintas budaya dan ekonomi (Hutabarat 2025).

3.2 Teater Diplomasi Ekonomi

Konsep *teater* diplomasi ekonomi menurut Maaïke Okano-Heijmans bukan sekadar ruang fisik, melainkan arena sosial dan politik tempat berlangsungnya interaksi ekonomi antarnegara. Teater ini mencerminkan panggung di mana aktor-aktor diplomatik menyampaikan pesan, membangun persepsi, dan merancang representasi atas kepentingan nasional termasuk dalam mempromosikan ekspor. Teater diplomasi tidak tunggal bentuknya; ia terbagi menjadi teater formal dan informal, yang keduanya memainkan peran berbeda namun saling menguatkan.

Menurut Okano-Heijmans, terletak pada pemahaman bahwa diplomasi ekonomi harus hadir dalam berbagai bentuk interaksi baik yang diatur secara resmi maupun yang berkembang melalui kanal sosial dan budaya. Dengan kata lain, teater merupakan strategi untuk menjangkau spektrum kepentingan dan target audiens yang lebih luas (Okano-Heijmans 2013,65).

3.2.1 Teater Formal

Teater formal merupakan arena pelaksanaan diplomasi ekonomi yang dijalankan dalam struktur resmi, terukur, dan berada di bawah kendali institusi negara serta protokol diplomatik internasional. Dalam kerangka teori Maaiké Okano-Heijmans (2013), teater formal dipahami sebagai ruang interaksi yang didominasi oleh aktor negara dan institusi resmi, yang bertujuan membentuk persepsi, menjalin kerja sama, dan memperkuat posisi ekonomi melalui kanal-kanal legal dan institusional. Karakteristik utama dari teater ini adalah keberadaan mandat politik yang sah, saluran komunikasi resmi, serta orientasi pada penguatan struktur kerja sama perdagangan (Okano-Heijmans, 2013, 63-65).

Dalam diplomasi ekonomi Indonesia di Kanada, KJRI Toronto telah mengimplementasikan sejumlah kegiatan strategis di ranah teater formal untuk mendukung ekspor produk *seafood* nasional. Salah satu implementasi nyata terjadi pada webinar “Potensi Bisnis Indonesia-Kanada” pada Juni 2020, dimana Konsul Jenderal Leonard F. Hutabarat mempresentasikan peluang ekspor *seafood* Indonesia ke Kanada di hadapan lebih dari 260 peserta. Dalam forum resmi ini, KJRI secara eksplisit menekankan kekosongan pasokan *seafood* Kanada akibat pandemi sebagai peluang pasar yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha Indonesia. Konjen juga menyampaikan pentingnya sertifikasi HACCP dan BAP agar produk Indonesia memenuhi standar *Canadian Food Inspection Agency* (CFIA) (Hutabarat 2025).

Kegiatan teater formal selanjutnya diwujudkan melalui forum bisnis virtual pada 7 Juni 2021 yang mempertemukan eksportir *seafood* Indonesia dengan pelaku industri Kanada dan diaspora. Dalam forum ini, KJRI Toronto memfasilitasi diskusi teknis mengenai hambatan logistik ekspor dan merancang langkah penyelesaian,

termasuk mengusulkan pengadaan *mother vessel* sebagai solusi efisiensi biaya pengiriman ke Kanada. KJRI memainkan peran sebagai penghubung resmi antara pemerintah, pelaku usaha, dan maskapai logistik milik BUMN dalam mencari jalan keluar yang konkret (Hutabarat 2025).

Selain itu, KJRI Toronto juga melaksanakan kunjungan diplomatik ke AIP *Seafood Company* di Toronto pada 15 Juni 2021. Dalam kunjungan ini, KJRI melakukan identifikasi langsung terhadap kebutuhan importir Kanada, serta menjembatani pertemuan antara AIP dan produsen *seafood* Indonesia. Konsul Jenderal secara aktif menawarkan koneksi bisnis, menyampaikan profil eksportir potensial, dan menginformasikan bahwa pemerintah Indonesia tengah menjajaki CEPA (*Comprehensive Economic Partnership Agreement*) dengan Kanada yang mencakup sektor produk perikanan. Kegiatan ini berfungsi sebagai forum negosiasi langsung yang dihadiri oleh pelaku bisnis, diaspora, dan perwakilan lembaga pemerintah (Hutabarat 2025).

KJRI juga telah melaksanakan pendampingan teknis sertifikasi ekspor *seafood* kepada eksportir Indonesia, yang mencakup bimbingan persyaratan CFIA serta fasilitasi dalam menyusun dokumentasi ekspor dan pemenuhan *traceability*. Kegiatan ini menunjukkan keterlibatan KJRI dalam ranah kelembagaan dan teknis yang merupakan bagian tak terpisahkan dari teater formal. Selain itu, KJRI secara aktif menyuarakan dukungan terhadap harmonisasi standar mutu melalui pendekatan *state-to-state* dan menyosialisasikan hasil audit CFIA terhadap sistem kontrol hasil laut Indonesia.

Kegiatan yang dilakukan KJRI Toronto secara konsisten menunjukkan bahwa teater formal tidak hanya berfungsi sebagai panggung diplomatik simbolik, tetapi sebagai sarana negosiasi strategis yang dijalankan oleh aktor negara melalui pendekatan berbasis regulasi, fakta teknis, dan representasi ekonomi resmi. Dalam hal ini, KJRI telah menjalankan diplomasi ekonomi secara operasional dan multidimensi tidak hanya dalam aspek promosi produk, tetapi juga dalam fasilitasi dagang, harmonisasi kebijakan, dan pembangunan kepercayaan pasar secara institusional.

3.2.2 Teater Informal

Teater informal dalam diplomasi ekonomi merujuk pada ruang interaksi non-protokolier yang bersifat fleksibel, terbuka, dan lebih berorientasi pada pendekatan kultural serta emosional. Dalam pandangan Maaïke Okano-Heijmans (2013), teater informal merupakan bagian integral dari strategi diplomasi ekonomi yang memungkinkan aktor non-negara seperti komunitas diaspora, pelaku budaya, pelaku usaha kecil, serta konsumen lokal terlibat dalam proses pembentukan persepsi terhadap produk nasional. Tidak seperti teater formal yang beroperasi melalui kanal resmi dan institusional, teater informal berfungsi menyampaikan nilai, cerita, dan kedekatan terhadap produk ekspor melalui pengalaman langsung dan narasi budaya.

KJRI Toronto telah mengimplementasikan diplomasi ekonomi dalam ranah teater informal secara aktif, khususnya melalui integrasi promosi *seafood* Indonesia dalam kegiatan budaya dan komunitas. Salah satu bentuknya adalah penyelenggaraan Taste of Indonesia: *Virtual Culinary Event* yang dilaksanakan pada masa pandemi COVID-19. Dalam acara ini, KJRI Toronto menampilkan demonstrasi masak *seafood* khas Indonesia seperti sambal udang dan ikan bakar bumbu kuning, yang dipandu

oleh diaspora kuliner Indonesia di Kanada. Produk *seafood* tidak diperkenalkan melalui data teknis atau sertifikasi, tetapi melalui cerita asal-usul, cita rasa khas, serta keterkaitannya dengan tradisi kuliner nusantara (Hutabarat 2025).

Teater informal juga terlihat dalam keikutsertaan KJRI Toronto dalam *Indonesia Food Festival*, dimana *seafood* Indonesia diposisikan sebagai bagian dari narasi kekayaan kuliner dan identitas bangsa. Dalam festival ini, selain disajikan sebagai makanan siap santap, *seafood* ditampilkan dalam bentuk produk olahan siap ekspor, dilengkapi narasi mengenai keberlanjutan laut, kesehatan, dan gizi. Kegiatan ini melibatkan diaspora, chef lokal, dan komunitas Kanada yang tertarik pada kuliner Asia Tenggara, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi interaktif.

Berbeda dengan festival dalam teater formal yang menysasar pelaku industri dan importir, kegiatan festival dalam teater informal menysasar konsumen langsung, bertujuan membentuk persepsi jangka panjang yang positif terhadap produk Indonesia. Aktor utama dalam teater informal bukanlah perwakilan diplomatik dalam kapasitas negosiator, melainkan komunitas diaspora, pengusaha kecil, dan pelaku budaya yang membawa nilai produk ke dalam ruang hidup masyarakat Kanada. Meskipun bersifat non-institusional, kegiatan ini tetap strategis karena membentuk afeksi pasar, menumbuhkan minat konsumsi, serta memperluas jangkauan produk Indonesia secara organik (Okano-Heijmans, 2013,63-65).

Dalam praktiknya, KJRI Toronto memainkan peran sebagai kurator dan fasilitator utama dalam teater informal. Diplomasi ekonomi tidak hanya dijalankan di ruang negosiasi formal, tetapi juga ditanamkan dalam narasi budaya dan pengalaman publik. Strategi ini memperluas daya jangkau produk ekspor Indonesia, termasuk

seafood, dari sekadar komoditas dagang menjadi bagian dari identitas yang bisa dirasakan, dinikmati, dan dihargai oleh konsumen Kanada secara personal. Pendekatan ini telah memperkuat diplomasi ekonomi sebagai strategi yang tidak hanya mengandalkan kekuatan institusi, tetapi juga kekuatan cerita dan budaya.

3.3 Proses Diplomasi Ekonomi

Proses diplomasi ekonomi mencerminkan pendekatan, gaya, dan pola interaksi yang dijalankan oleh aktor diplomasi dalam merespons dinamika eksternal. Menurut Maaïke Okano-Heijmans, dimensi ini menekankan bagaimana diplomasi ekonomi dijalankan secara operasional melibatkan berbagai aktor, strategi pelibatan, serta nilai kerja sama yang disesuaikan dengan konteks. Fleksibilitas dan kemampuan membaca situasi menjadi elemen kunci dalam proses ini. Dalam praktiknya, proses diplomasi tidak dapat dilepaskan dari kebutuhan untuk menyesuaikan langkah dengan karakter mitra, peluang pasar, serta kondisi hubungan bilateral yang terus bergerak. Pendekatan yang responsif tidak hanya mencerminkan ketepatan strategi, tetapi juga memperlihatkan kapasitas suatu negara dalam menjangkau kepentingannya secara efektif. Oleh karena itu, proses bukan sekadar pelengkap, melainkan elemen yang menentukan keberhasilan diplomasi ekonomi dalam konteks yang kompetitif dan dinamis (Okano-Heijmans 2013,63).

3.3.1 Pendekatan Adaptif

Pendekatan adaptif merupakan prinsip utama diplomasi ekonomi. Pendekatan ini dicirikan oleh kemampuan membaca perubahan situasi dan tren pasar, kemudian merumuskan strategi yang relevan dan tepat sasaran. Kemampuan beradaptasi, yang dicirikan oleh fleksibilitas dan kapasitas penyesuaian yang cepat, sangat penting bagi

diplomasi ekonomi untuk mempertahankan relevansi dan responnya terhadap tuntutan pasar yang terus berkembang (Okano-Heijmans, 2013,63-65).

Pendekatan adaptif sangat penting dalam menghadapi tantangan yang muncul, terutama di tengah pandemi yang sedang berlangsung, yang telah mempercepat perubahan pola konsumsi dan interaksi perdagangan internasional. Pandemi global yang sedang berlangsung telah memaksa banyak negara, termasuk Kanada, untuk mengkalibrasi ulang kebijakan perdagangan mereka dan meningkatkan standar keamanan pangan mereka. Hal ini merupakan sinyal bagi KJRI Toronto untuk mempertahankan pendekatan diplomasi ekonomi yang ada, sambil juga terlibat dalam inovasi dan menyesuaikan strateginya (Okano-Heijmans, 2013,63-65).

KJRI Toronto telah mengimplementasikan bentuk konkret dari pendekatan diplomasi ekonomi yang adaptif melalui transformasi strategi promosi dari format konvensional tatap muka menjadi model digital dan *hybrid*. Peralihan ini mencerminkan respons strategis terhadap keterbatasan mobilitas dan interaksi fisik yang diberlakukan selama masa pandemi. Promosi digital kemudian berkembang menjadi instrumen krusial dalam menjaga stabilitas dan kontinuitas produk Indonesia di pasar Kanada. KJRI Toronto secara aktif mengoptimalkan penggunaan media daring termasuk platform media sosial dan situs web promosi sebagai sarana diseminasi informasi mengenai produk-produk unggulan Indonesia, dengan fokus khusus pada komoditas *seafood* yang menempati posisi strategis dalam portofolio ekspor nasional (Hutabarat, 2025).

Selain promosi digital, KJRI Toronto menggunakan format *hybrid*, yaitu memadukan acara fisik dengan platform daring. Pendekatan ini memungkinkan

diplomasi ekonomi tetap berlanjut, meskipun dalam skala yang lebih terbatas. Misalnya, pada pameran *seafood* di Toronto, KJRI Toronto tidak hanya hadir secara fisik, tetapi juga menyediakan ruang promosi daring yang dapat diakses oleh konsumen Kanada yang tidak dapat hadir secara langsung. Hal ini memperluas jangkauan promosi produk Indonesia, sekaligus menunjukkan fleksibilitas diplomasi ekonomi Indonesia dalam menghadapi situasi yang menantang (Hutabarat 2025).

Pendekatan adaptif yang diterapkan KJRI Toronto ini telah membuahkan hasil positif, termasuk terpeliharanya dan menguatnya citra produk Indonesia di pasar konsumen Kanada. Pendekatan adaptif ini menunjukkan bahwa diplomasi ekonomi Indonesia tidak hanya reaktif terhadap perubahan global, tetapi juga proaktif dalam mencari solusi yang inovatif dan relevan. Fenomena ini menggambarkan gagasan diplomasi ekonomi sebagai strategi untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan nasional dan tuntutan pasar internasional (Hutabarat 2025).

3.3.2 Pendekatan Kolaboratif

Selain adaptabilitasnya, proses diplomasi ekonomi dibedakan oleh pendekatan kolaboratif yang menggarisbawahi pentingnya kerja sama lintas aktor. Pendekatan kolaboratif dicirikan oleh prinsip-prinsip partisipasi dan keterbukaan dalam perumusan strategi dan pelaksanaan kegiatan diplomasi ekonomi. Pendekatan ini menempatkan diplomasi ekonomi tidak hanya sebagai tanggung jawab pemerintah tetapi juga sebagai konsekuensi dari upaya kolaboratif di antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, pelaku bisnis, dan diaspora Indonesia di luar negeri (Hutabarat 2025).

Dalam kerangka teori Maaiké Okano-Heijmans, kolaborasi merupakan elemen penting dari diplomasi ekonomi modern. Kemanjuran diplomasi ekonomi bergantung pada kapasitas semua entitas yang terlibat untuk berkolaborasi, saling melengkapi, dan memberikan dukungan bersama. Hal ini sangat penting untuk membangun diplomasi ekonomi yang inklusif, berkelanjutan, dan relevan dengan kebutuhan pasar yang semakin kompleks di zaman sekarang (Okano-Heijmans 2013,64-65).

Konsulat Jenderal Indonesia di Toronto menerapkan pendekatan kolaboratif ini melalui berbagai inisiatif yang melibatkan eksportir Indonesia dan importir Kanada. Konsulat Jenderal Indonesia di Toronto berperan aktif dalam memfasilitasi diplomasi ekonomi dengan menghubungkan eksportir Indonesia dengan jaringan distribusi di Kanada. Inisiatif ini membuka peluang dialog dan memberikan bantuan teknis untuk memahami preferensi dan peraturan pasar Kanada. Hal ini memastikan bahwa eksportir Indonesia tidak hanya memiliki akses pasar, tetapi juga memiliki pemahaman yang memadai tentang cara menyesuaikan produk dan strategi pemasaran mereka (Hutabarat 2025).

Kolaborasi ini juga mencakup peran diaspora Indonesia sebagai jembatan budaya dan ekonomi. KJRI Toronto mendorong komunitas diaspora untuk terlibat dalam kegiatan promosi produk, misalnya melalui festival kuliner dan acara komunitas yang secara informal menjadi ruang promosi produk Indonesia (Hutabarat 2025).

3.4 Alat Diplomasi Ekonomi

Alat diplomasi ekonomi merupakan seperangkat instrumen yang digunakan oleh negara untuk mengoperasionalkan strategi dan mencapai tujuan dalam praktik diplomasi ekonomi. Dalam kerangka konseptual Maaiké Okano-Heijmans (2013: 63–65), alat dipahami sebagai mekanisme praktis yang memungkinkan diplomasi ekonomi berjalan secara konkret dan terukur, bukan sekadar retorika diplomatik. Alat ini dapat digunakan oleh negara menyesuaikan pendekatan dengan karakter pasar, target audiens, dan hambatan teknis dalam hubungan perdagangan internasional.

Secara konseptual, alat berbeda dari teater. Teater diplomasi ekonomi menggambarkan ruang atau arena tempat interaksi terjadi baik dalam struktur resmi maupun dalam konteks sosial-kultural yang lebih fleksibel. Teater menjawab pertanyaan “di mana” diplomasi berlangsung dan “dengan siapa” diplomasi dijalankan. Sementara itu, alat menjawab “bagaimana” diplomasi dilakukan dan “apa” yang digunakan untuk mencapai kepentingan negara. Dalam analogi yang lebih sederhana, teater adalah panggung tempat aktor tampil, sedangkan alat adalah perlengkapan, strategi, dan pesan yang dibawa oleh para aktor ke atas panggung.

Hubungan antara teater dan alat bersifat erat namun berbeda secara fungsional. Teater formal, misalnya, memiliki keterkaitan langsung dengan alat formal. Dalam ruang-ruang interaksi resmi seperti forum dagang, perundingan bilateral, atau presentasi diplomatik, negara menggunakan alat formal seperti sertifikasi ekspor, materi branding resmi, harmonisasi standar, atau dukungan kebijakan nasional. Interaksi yang berlangsung dalam teater formal menuntut alat yang terstruktur dan legalistik, yang menunjukkan kapasitas teknis dan kredibilitas institusi negara (Okano-Heijmans, 2013,63-65).

Sebaliknya, teater informal berkaitan erat dengan alat informal. Di ruang-ruang interaksi non-protokolier seperti festival budaya, komunitas diaspora, atau kampanye media sosial, negara tidak lagi mengandalkan regulasi atau dokumen resmi, tetapi menggunakan pendekatan berbasis narasi, emosi, dan budaya. Alat informal seperti diplomasi kuliner, *storytelling*, dan jejaring komunitas digunakan untuk membangun persepsi positif secara emosional dan afektif terhadap produk dan identitas nasional.

Meskipun saling terkait, alat dan teater tetap berbeda secara esensial. Teater bersifat spasial dan sosiologis, menjelaskan relasi antar pelaku dan konteks interaksi. Sementara alat bersifat operasional dan fungsional, menjelaskan metode, strategi, dan isi tindakan diplomasi ekonomi. Dengan kata lain, keberadaan teater membuka ruang untuk diplomasi berlangsung, tetapi alat menentukan kualitas, arah, dan keberhasilan diplomasi tersebut dalam menjangkau pasar dan membentuk persepsi (Okano-Heijmans, 2013,63-65).

Dalam praktik di lapangan, seperti yang dilakukan KJRI Toronto, pemilihan alat selalu disesuaikan dengan jenis teater yang digunakan. Ketika diplomasi dijalankan dalam kerangka teater formal, alat yang dipilih adalah alat formal yang bersifat institusional dan teknis. Sebaliknya, ketika diplomasi berlangsung dalam teater informal, alat informal yang lebih cair, naratif, dan berbasis pengalaman digunakan untuk menjangkau audiens secara kultural dan emosional. Pemahaman atas hubungan ini penting agar diplomasi ekonomi dapat dijalankan secara efektif, strategis, dan kontekstual sesuai dengan dinamika pasar internasional.

3.4.1 Alat Formal

Alat formal dalam diplomasi ekonomi merujuk pada perangkat kebijakan, program, dan mekanisme resmi yang digunakan negara untuk menunjang keberhasilan tujuan ekonomi luar negerinya melalui cara yang terstruktur, terukur, dan diakui secara legal. Dalam kerangka pemikiran Maaiké Okano-Heijmans (2013: 63–65), alat formal berfungsi sebagai sarana teknis yang memungkinkan suatu negara menjalankan diplomasi ekonomi secara sistematis, termasuk dalam hal promosi dagang, sertifikasi, penyesuaian standar, dan program pencitraan merek nasional. Berbeda dari teater formal yang memfokuskan pada ruang dan interaksi antar aktor negara, alat formal mengacu pada metode dan kebijakan konkret yang dipakai di dalam ruang tersebut untuk mencapai target ekonomi.

Dalam praktik di KJRI Toronto, alat formal telah digunakan secara strategis untuk mendukung peningkatan ekspor produk seafood Indonesia ke Kanada selama periode 2020–2021. Salah satu alat utama adalah fasilitasi sertifikasi ekspor pangan melalui *Hazard Analysis and Critical Control Points* (HACCP) dan *Best Aquaculture Practices* (BAP). Sertifikasi ini merupakan syarat wajib agar produk perikanan Indonesia, seperti udang, tuna, dan kepiting, dapat diterima di pasar Kanada. KJRI Toronto tidak hanya menyosialisasikan pentingnya sertifikasi ini, tetapi juga memberikan dukungan teknis dan administratif kepada eksportir Indonesia untuk menyesuaikan sistem produksi mereka dengan standar yang ditetapkan oleh *Canadian Food Inspection Agency* (CFIA).

Selain itu, KJRI Toronto mengembangkan dan menerapkan strategi pencitraan produk berbasis nilai. Produk *seafood* Indonesia dipromosikan melalui materi branding resmi yang menekankan narasi keberlanjutan, keamanan pangan, dan

identitas tropis. Dalam laporan dan promosi daring mereka, KJRI menyusun materi kampanye yang menyelaraskan produk dengan tren pasar Kanada, termasuk peningkatan konsumsi makanan sehat, organik, dan berbasis laut. Pendekatan ini diterapkan tidak hanya dalam pameran formal, tetapi juga melalui penyebaran infografik dan narasi pada kanal resmi KJRI Toronto, yang menyatakan bahwa ekspor udang Indonesia ke Kanada meningkat hingga 31,6% pada tahun 2020 .

Alat formal juga digunakan oleh KJRI untuk mendorong harmonisasi standar teknis bilateral dalam konteks pembahasan *Indonesia–Canada Comprehensive Economic Partnership Agreement* (CEPA). Dalam kerangka ini, KJRI terlibat dalam mendukung pengurangan hambatan tarif dan non-tarif ekspor seafood dengan mendorong pengakuan mutual terhadap sistem inspeksi Indonesia. Upaya ini dilakukan dengan cara menyediakan data, mendukung proses audit CFIA terhadap sistem nasional (misalnya *Health Certificate dan traceability*), serta mengadvokasi potensi efisiensi perdagangan bagi kedua pihak .

Di luar aspek teknis, KJRI Toronto juga menggunakan alat formal dalam bentuk penguatan jaringan dagang diaspora. Dengan mengidentifikasi pelaku diaspora yang aktif di sektor impor, KJRI membangun sinergi resmi antara pelaku usaha Indonesia dan distributor lokal Kanada. Konsulat menyusun profil produsen, mengatur temu bisnis virtual, serta menyusun prosedur yang mempercepat komunikasi dagang lintas negara.

3.4.2 Alat Informal

Alat informal dalam diplomasi ekonomi mengacu pada strategi non-protokol yang digunakan negara untuk membangun persepsi positif terhadap produk ekspor

melalui pendekatan kultural, emosional, dan sosial yang tidak terikat struktur formal. Dalam kerangka Maaïke Okano-Heijmans (2013: 63–65), alat informal meliputi praktik naratif, diplomasi kuliner, dan aktivitas komunitas yang memungkinkan negara menjangkau audiens melalui relasi yang bersifat afektif. Berbeda dari teater informal yang menggambarkan ruang interaksi, alat informal adalah teknik yang digunakan untuk menciptakan pengalaman dan membentuk opini publik terhadap nilai ekonomi suatu produk. Dalam ekspor *seafood* Indonesia ke Kanada, KJRI Toronto menggunakan alat informal ini secara konsisten dan strategis.

Salah satu bentuk nyata implementasi alat informal adalah kegiatan “Dialog Diaspora: UMKM Indonesia Dapat Tembus Pasar Kanada” (Juni 2020), yang menghadirkan pelaku usaha diaspora seperti Joe Oey, seorang importir makanan Indonesia di Toronto yang telah berhasil menembus pasar Kanada dan difasilitasi oleh KJRI untuk berbagi pengalaman praktis kepada para eksportir. Melalui keterlibatan tokoh diaspora yang sukses ini, KJRI membangun jejaring promosi berbasis komunitas yang mendukung penetrasi produk UMKM Indonesia ke pasar Kanada secara informal. Diskusi ini tidak bersifat struktural, melainkan berbasis komunitas dan pengalaman nyata. KJRI menggunakan dialog ini sebagai sarana membangun jejaring diaspora sebagai agen promosi non-negara. Dalam forum tersebut, peluang ekspor *seafood*, khususnya produk seperti kepiting dan udang olahan, didiskusikan secara aplikatif berdasarkan pengalaman langsung di pasar Kanada .

Selain pendekatan tatap muka, KJRI Toronto memaksimalkan media sosial sebagai alat informal. Dalam unggahan Instagram dan Facebook tahun 2020–2021, KJRI menyampaikan data ekspor *seafood* seperti lonjakan 31,6% ekspor udang ke

Kanada, disertai narasi promosi dan infografik visual. Platform ini juga digunakan untuk mendukung kegiatan komunitas diaspora seperti demo masak virtual bertema sambal *seafood* oleh mahasiswa Indonesia di Toronto. Strategi ini menunjukkan pemanfaatan *storytelling* digital sebagai alat diplomasi yang dapat menjangkau publik Kanada secara lebih luas dan membangun citra produk Indonesia yang sehat, berkualitas, dan otentik.

Keseluruhan pembahasan dalam Bab III menegaskan pentingnya pemanfaatan variabel diplomasi ekonomi oleh KJRI Toronto, baik melalui mekanisme formal maupun informal. Pembahasan berikut memberikan sinopsis dari empat elemen utama (konteks, teater, proses, dan instrumen) yang telah diuraikan sebelumnya. Tabel berikutnya (Tabel 3.1) menggambarkan karakteristik menonjol dan implementasi diplomasi ekonomi KJRI Toronto (Okano-Heijmans 2013).

Tabel 3. Ringkasan Elemen Diplomasi Ekonomi KJRI Toronto

Variabel / Elemen Diplomasi Ekonomi	Karakteristik Utama	Implementasi KJRI Toronto
Konteks (<i>Context</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor global: tren keberlanjutan, standar internasional, dinamika pasar global. - Faktor lokal: preferensi konsumen, regulasi teknis. 	<p>a) Faktor global: Promosi produk berstandar internasional (bukan dari CFIA Kanada tapi internasional) (MSC, HACCP), narasi keberlanjutan, dan respons pandemi.</p> <p>b) Faktor lokal: Penyesuaian kemasan dan</p>

		nilai produk, diplomasi publik, fasilitasi sertifikasi, pelibatan diaspora.
Teater (<i>Theatres</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Ruang interaksi tempat diplomasi berlangsung. - Formal: pameran dagang, forum ekonomi bilateral, pertemuan importir. - Informal: festival budaya, dialog komunitas, kegiatan diaspora non-protokol. - Teater berfungsi membangun persepsi publik dan jejaring pelaku ekonomi. 	<p>a) Teater formal: Partisipasi dalam pameran seperti <i>Seafood Expo North America</i>, kunjungan ke importir AIP <i>Seafood</i>, dan forum perdagangan virtual dengan pelaku usaha perikanan.</p> <p>b) Teater informal: Kegiatan Kedai Indonesia, partisipasi dalam festival multikultural (<i>Carassauga</i>), dan dialog informal diaspora bertema peluang ekspor <i>seafood</i>.</p>
Proses (<i>process</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Pendekatan adaptif dan kolaboratif. - Mengutamakan dialog, lobi, dan promosi berbasis nilai saling menguntungkan. 	<p>a) Adaptif: Mengubah strategi promosi menjadi lebih digital dan <i>hybrid</i> selama pandemi.</p> <p>b) Kolaboratif: Mengajak eksportir Indonesia dan importir Kanada bekerja sama dalam memenuhi standar pasar.</p>

<p>Alat/ Instruments (<i>Instruments/Tools</i>)</p>	<p>- Alat formal: bersifat terstruktur dan terverifikasi, seperti sertifikasi mutu, branding nasional, dukungan teknis ekspor.</p> <p>- Alat informal: berbasis narasi budaya, promosi sosial digital, demonstrasi kuliner, dan partisipasi komunitas diaspora.</p>	<p>a) Alat formal: Fasilitasi sertifikasi HACCP dan BAP untuk <i>seafood</i> Indonesia, pembuatan materi branding berbasis keberlanjutan, dukungan harmonisasi standar teknis dalam konteks CEPA.</p> <p>b) Alat informal: Penyebaran konten digital kuliner di media sosial (video gulai udang, infografik ekspor), dukungan pada demo masak diaspora, dan penguatan jejaring diaspora sebagai promotor produk <i>seafood</i> Indonesia.</p>
---	---	---

Sumber: Diolah oleh Penulis berdasarkan Teori Maaïke Okano-Heijmans (2025)

BAB 4

PENUTUP

2.1. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis mendalam terhadap peran Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Toronto dalam diplomasi ekonomi pada periode 2020–2021, penulis menyusun kesimpulan berdasarkan temuan dari masing-masing bab. Kesimpulan ini disusun secara runtut sesuai dengan alur pembahasan dalam skripsi, dimulai dari konteks permasalahan (Bab 1), situasi empiris dan strategi yang dijalankan (Bab 2), hingga evaluasi mendalam melalui teori diplomasi ekonomi Maaïke Okano-Heijmans (Bab 3). Berikut adalah kesimpulan dari penelitian ini:

Pada Bab 1, penulis mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi Indonesia dalam upaya meningkatkan ekspor *seafood* ke Kanada. Tantangan tersebut mencakup ketatnya regulasi dari otoritas Kanada seperti *Canadian Food Inspection Agency* (CFIA), keterbatasan kapasitas pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta dominasi pasar oleh negara pesaing seperti Vietnam dan Tiongkok. Dalam menghadapi kondisi tersebut, KJRI Toronto tampil sebagai aktor penting dalam mendukung diplomasi ekonomi. Penelitian ini menggunakan teori diplomasi ekonomi dari Maaïke Okano-Heijmans, yang mencakup empat elemen utama: konteks, instrumen, proses, dan teater.

Bab 2 menjelaskan konteks empirik mengenai bagaimana KJRI Toronto merespons peluang pasar *seafood* di Kanada, terutama di tengah gangguan rantai pasok global akibat pandemi COVID-19. Produk unggulan seperti udang vannamei, tuna, dan kepiting dipromosikan secara berkelanjutan melalui pendekatan ekonomi dan budaya. KJRI Toronto mendampingi eksportir dalam memenuhi sertifikasi seperti SFCR dan HACCP, serta menjalin komunikasi strategis dengan pelaku industri dan diaspora Indonesia di Kanada. Kegiatan seperti festival makanan, expo hibrida, dan kolaborasi komunitas menjadi bagian dari upaya diplomasi ekonomi yang dilakukan secara menyeluruh dan adaptif terhadap kondisi global.

Bab 3 telah menguraikan secara sistematis pelaksanaan diplomasi ekonomi yang dijalankan oleh KJRI Toronto dengan mengacu pada kerangka teori diplomasi ekonomi Maaike Okano-Heijmans, yang mencakup empat elemen utama: konteks, teater, proses, dan alat (instrumen). Analisis dalam bab ini menunjukkan bahwa keempat elemen tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan saling berkaitan dan membentuk strategi yang komprehensif dalam mendukung ekspor *seafood* Indonesia, khususnya ke pasar Kanada. *Pertama* konteks, menjelaskan bagaimana KJRI Toronto mampu membaca dan merespons dinamika pasar Kanada melalui pemahaman terhadap faktor global dan lokal yang mempengaruhi arah diplomasi ekonomi. Konteks eksternal dan internal tersebut menjadi dasar dalam merumuskan pendekatan yang adaptif dan berbasis realitas pasar. *Kedua* teater, menunjukkan bahwa diplomasi ekonomi dijalankan dalam dua arena utama: teater formal dan informal. Teater formal mencakup ruang-ruang interaksi resmi seperti forum bisnis dan pertemuan bilateral, sedangkan teater informal merujuk pada ruang kultural dan sosial seperti festival dan

komunitas diaspora. Perbedaan ini dijelaskan dalam bab sebagai bagian dari strategi segmentasi audiens yang memperluas jangkauan diplomasi.

Ketiga, proses telah menggarisbawahi bahwa KJRI Toronto mengadopsi pendekatan adaptif dan kolaboratif dalam pelaksanaan diplomasi ekonomi. Pendekatan adaptif ditunjukkan melalui fleksibilitas dalam menghadapi tantangan eksternal, termasuk pandemi dan transformasi digital, sementara pendekatan kolaboratif terlihat dalam upaya membangun sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas diaspora. Selanjutnya, *Keempat* pada elemen alat diplomasi, menjelaskan pemanfaatan alat formal dan informal secara sinergis. Alat formal digunakan dalam konteks yang menuntut kepastian regulatif, seperti fasilitasi sertifikasi dan promosi institusional, sementara alat informal dimanfaatkan dalam membangun persepsi positif melalui pendekatan naratif, sosial, dan budaya. Hubungan antara alat dan teater juga ditegaskan dalam bab ini, di mana alat formal umumnya digunakan dalam teater formal, dan alat informal dalam teater informal, meskipun keduanya dapat bersifat lintas dan saling melengkapi tergantung pada kebutuhan strategi.

Dari keseluruhan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa KJRI Toronto memainkan peran strategis dalam diplomasi ekonomi untuk meningkatkan ekspor *seafood* Indonesia ke Kanada pada tahun 2020–2021. Penulis sebelumnya mengajukan argumen sementara bahwa KJRI Toronto menjalankan diplomasi ekonomi secara terpadu melalui empat elemen utama dalam teori Maaiké Okano-Heijmans (2013), yaitu konteks, teater, proses, dan instrumen. Setelah Penulis menganalisis pada Bab 2 dan 3, maka secara keseluruhan dapat dibuktikan bahwa

keempat elemen tersebut telah diimplementasikan secara sinergis. KJRI Toronto mampu memahami konteks pasar Kanada dengan cara memanfaatkan teater formal dan informal secara seimbang, menjalankan proses diplomasi yang adaptif dan kolaboratif, serta menggunakan instrumen diplomasi baik yang bersifat formal maupun informal.

2.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan lapangan, beberapa rekomendasi diajukan untuk memperkuat peran KJRI Toronto dalam mendukung diplomasi ekonomi Indonesia kedepannya.

Pertama, perlu adanya peningkatan koordinasi dan sinergi antara KJRI dengan instansi terkait di Indonesia, seperti Kementerian Perdagangan, Kementerian Kelautan dan Perikanan, dan Kementerian Luar Negeri. Koordinasi ini penting untuk memastikan pelaku usaha Indonesia siap memenuhi standar ekspor internasional dan mendapatkan dukungan administratif, teknis, dan finansial yang dibutuhkan untuk meraih sukses di pasar global.

Kedua, pemerintah Indonesia perlu mempertimbangkan untuk menerapkan skema pembiayaan khusus untuk mendukung UMKM yang ingin memasuki pasar ekspor, terutama di negara-negara dengan regulasi yang ketat, seperti Kanada. Banyak pelaku usaha kecil menghadapi tantangan dalam memenuhi persyaratan sertifikasi internasional, seperti HACCP, MSC, dan ASC. Pemberian bantuan berupa subsidi sertifikasi, pelatihan berkelanjutan, dan akses logistik diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk Indonesia secara keseluruhan.

Ketiga, promosi perdagangan tidak boleh terbatas pada pendekatan konvensional; diplomasi publik dan budaya juga harus dimanfaatkan. Konsulat

Jenderal Indonesia di Toronto dapat terus memanfaatkan platform digital dan media lokal Kanada untuk memamerkan produk-produk Indonesia, dengan menekankan keberlanjutan, kekhasan budaya, dan nilai-nilai kearifan lokal. Pendekatan ini akan berkontribusi untuk meningkatkan citra Indonesia di Kanada dan merangsang minat konsumen Kanada terhadap produk-produk Indonesia.

Keempat, dalam jangka panjang, akan bermanfaat untuk terus berupaya menyelesaikan perundingan perjanjian perdagangan bebas atau *Comprehensive Economic Partnership Agreement* (CEPA) antara Indonesia dan Kanada. CEPA berpotensi menjadi kerangka hukum dan ekonomi yang dapat berkontribusi untuk mengurangi hambatan tarif dan nontarif, sehingga memberikan tingkat kepastian yang lebih besar bagi pelaku usaha dari kedua negara. Hal ini akan berkontribusi pada landasan yang lebih kuat dan berkelanjutan bagi diplomasi ekonomi Indonesia dalam menghadapi persaingan global.

Terakhir, KJRI Toronto berpotensi untuk meningkatkan kolaborasi tidak hanya dengan pelaku usaha tetapi juga dengan lembaga pendidikan, inkubator bisnis, dan organisasi masyarakat. Upaya kolaboratif yang mencakup berbagai sektor ini berpotensi untuk memperluas cakupan diplomasi ekonomi dan memperkuat posisi Indonesia dalam lanskap perdagangan dan investasi global, khususnya di Kanada.

DAFTAR PUSTAKA

- Andira, Alya. 2024. "Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif Indonesia-Kanada (ICA-CEPA) tentang Potensi Peningkatan Ekonomi." *Repository UIN Jakarta*, (Juni).
- Anugerah, Widiansyah. 2025. "Perbedaan KBRI dan KJRI: Pengertian dan Fungsi yang Berbeda." <https://www.localstartupfest.id/faq/perbedaan-kbri-dan-kjri/>.
- APRI. 2025. "Handy Seafood Inc. Blue Swimming Crab Restocking." <https://www.apri.or.id/handy-seafood-inc-blue-swimming-crab-restocking/>.
- Azzahra, Nabila. 2024. "Kanada dan Indonesia akan Selesaikan Negosiasi ICA-CEPA." <https://www.tempo.co/internasional/kanada-dan-indonesia-akan-selesaikan-negosiasi-ica-cepa-43306/>.
- Barus, Kormen. 2021. "Minat Ngimpor Produk Makanan Beku dari Indonesia, AIP Seafood Company Canada 'Curhat': Kami Sulit Mendapat Mitra yang Kredibel." *Industry* [co.id.
https://www.industry.co.id/read/87541/minat-ngimpor-produk-makanan-beku-dari-indonesia-aip-seafood-company-canada-curhat-kami-sulit-mendapat-mitra-yang-kredibel](https://www.industry.co.id/read/87541/minat-ngimpor-produk-makanan-beku-dari-indonesia-aip-seafood-company-canada-curhat-kami-sulit-mendapat-mitra-yang-kredibel).
- Bate, Sturmius T. 2021. "Perdagangan Indonesia dengan Wilayah Kerja KJRI Toronto Per Kuartal III 2021." <https://kumparan.com/hoga-toda/perdagangan-indonesia-dengan-wilayah-kerja-kjri-toronto-per-kuartal-iii-2021-1wwKmOViv5i>.
- BPS. 2022. "Analisis Komoditas Ekspor, 2019-2023, Sektor Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan; Sektor Industri Pengolahan; dan Sektor Pertambangan dan Lainnya." *Badan Pusat Statistik*.

<https://www.bps.go.id/id/publication/2024/07/05/6ffc824be8e6f0857ec815a2/analisis-komoditas-ekspor--2019-2023--sektor-pertanian--kehutanan--dan-perikanan-sektor-industri-pengolahan-dan-sektor-pertambangan-dan-lainnya.html>.

Caddle. 2021. "Ethnic Grocery Report: South and Southeast Asian Canadian."

Canadian Government. 2019. "Understanding the Safe Food for Canadians Regulations: A handbook for food businesses."

<https://inspection.canada.ca/en/food-safety-industry/toolkit-food-businesses/sf-cr-handbook-food-businesses>.

CFIA. 2018. *Understanding the Safe Food for Canadians Regulations: A Handbook for Canadian Businesses*. N.p.: Canadian Food Inspection Agency.

CFIA. 2025. "Labelling requirements for fish and fish products - inspection.canada.ca."

<https://inspection.canada.ca/en/food-labels/labelling/industry/fish>.

Choirulina, Eka, and Deky Paryadi. 2022. "Strategi Akses Pasar untuk Kerja Sama Perdagangan Indonesia-Kanada dalam Kerangka Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif." *Cendekia Niaga Journal of Trade Development and Studies*.

CNBC. 2023. "Indonesia-Kanada Dorong Akselerasi Kerja Sama Ekonomi." CNBC Indonesia.

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20230820104437-4-464385/indonesia-kanada-dorong-akselerasi-kerja-sama-ekonomi>.

Darma, M Aditya T., and Heri Nuryanto. 2025. "KULINER INDONESIA SEBAGAI ALAT DIPLOMASI BUDAYA (STUDI KASUS DI KOTA TORONTO)." *Journal of Innovation Research and Knowledge*, (January).

Djafar, Anthony. 2022. "CEO Business Indonesia Merambah Kanada Artikel ini telah tayang di halaman gatra.com dengan judul "CEO Business Indonesia Merambah Kanada."

<https://www.gatra.com/news-551944-internasional-ceo-business-indonesia-merambah-kanada.html>.

Dwi, and Sari. 2024. "Satu Dekade Diplomasi Hasilkan 27 Perjanjian Ekonomi, dari Bentuk PTA hingga RCEP Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Satu Dekade Diplomasi Hasilkan 27 Perjanjian Ekonomi, dari Bentuk PTA hingga RCEP ", Klik untuk baca: <https://nasional.kompas.com/read/2024/01/08/13042551/satu-dekade-diplomasi-hasilkan-27-perjanjian-ekonomi-dari-bentuk-pta-hingga>.

Endit, Nikita P. 2022. "Potensi Ekspor Produk Seafood." UKM INDONESIA.ID. https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/potensi-ekspor-produk-seafood/#google_vignette.

Gibbons, Zeynita. 2020. "Indonesia bidik ekspor produk makanan ke Kanada." Antara. <https://www.antaraneews.com/berita/1686954/indonesia-bidik-ekspor-produk-makanan-ke-kanada>.

Grahadyarini, BM L. 2020. "UMKM dan Koperasi di Sektor Perikanan Belum Optimal." Lukita.

Hafiyyan. 2023. "Sederet Tantangan dan Potensi Industri Perikanan." Ekonomi Bisnis. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20230725/99/1673679/sederet-tantangan-dan-potensi-industri-perikanan>.

- Hamzah. 2008. "Hubungan Bilateral RI dan Kanada Akan Terus Ditingkatkan." UIN Jakarta.
<https://uinjkt.ac.id/id/hubungan-bilateral-ri-dan-kanada-akan-terus-ditingkatkan>
- Haryono, Endi. 2019. "Economic Diplomacy as Indonesian Foreign Policy Orientation in 2015-2018: Challenges and Opportunities." *Jurnal Global & Strategis*, (November).
- Haryono, Willy. 2021. "KJRI Toronto Dorong Marketplace Daring Produk UMKM Indonesia di Kanada."
<https://www.medcom.id/internasional/eropa-amerika/JKRWvr5N-kjri-toronto-dorong-marketplace-daring-produk-umkm-indonesia-di-kanada>.
- Haryono, Willy. 2025. "Mengikuti Jejak Hasjim Djalal: Misi Indonesia Menjadi Pemimpin Diplomasi."
<https://www.metrotvnews.com/read/NxGCG345-mengikuti-jejak-hasjim-djala-l-misi-indonesia-menjadi-pemimpin-diplomasi>.
- Huda, Nurul. 2024. "DINAMIKA EKONOMI GLOBAL 2025: TANTANGAN DAN PELUANG."
<https://www.staimtarate.ac.id/berita/dinamika-ekonomi-global-2025-tantangan-dan-peluang>.
- Hutabarat, Leonard F. 2025. "Interview on economic diplomacy of the Indonesian Consulate General in Toronto." (April).
- IBISWORLD. 2024. "Fish and Food Wholesaling."
- Karundeng, Ireine T. 2018. "TUGAS DAN FUNGSI PERWAKILAN DIPLOMATIK DALAM MELINDUNGI KEPENTINGAN WARGA NEGARA INDONESIA DI NEGARA LAIN." *e journal fakultas hukum unsrat*.

- Kemendagri. 2024. "Gelar 100 Pertemuan dengan Importir Kanada, Kemendag Hasilkan Transaksi Rp 27 Miliar."
<https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/gelar-100-pertemuan-dengan-importir-kanada-kemendag-hasilkan-transaksi-rp-27-miliar>.
- Kives, Bartley, and Tory Gillis. 2020. "A tale of 2 Prairie provinces: Why the Manitoba-Saskatchewan COVID-19 divide doesn't matter."
<https://www.cbc.ca/news/canada/manitoba/manitoba-saskatchewan-covid-disparity-1.5508342>.
- KKP. 2023. "KKP Pamerkan Produk Perikanan Indonesia di Seafood Expo Terbesar Amerika."
<https://www.kkp.go.id/djpdskp/kkp-pamerkan-produk-perikanan-indonesia-di-seafood-expo-terbesar-amerika65c3023a35148/detail.html>.
- Lamansitu. 2024. "Syarat Mutu dan Regulasi Ekspor Produk ke Kanada."
<https://lamansitu.kemendag.go.id/country/detail/persyaratan-mutu-kanada>.
- Laneville, Èva C. 2022. "Autonomy and Place-Making in Nunavut and Kalaallit Nunaat." (June).
- Lasabuda, Ridwan. 2013. "Regional Development in Coastal and Ocean in Archipelago Perspective The Republic of Indonesia." *Jurnal Ilmiah Platax*.
<https://doi.org/10.35800/jip.1.2.2013.1251>.
- Lindah, Therese, and Noah Linder. 2024. "What factors influence choosing fish over meat among grocery shoppers? Insights from an unsuccessful nudge intervention." (October).
- Marjusni, Indri, and Idris. 2023. "Analisis Pengaruh Produksi Perikanan, Ekspor Perikanan dan Angka Konsumsi Ikan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perikanan

di Indonesia.” *Ecosains: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembangunan* 12, no. 2 (November).

Mualif. 2024. “Diplomasi Indonesia di Kancan Internasional.”
<https://an-nur.ac.id/blog/diplomasi-indonesia-di-kancah-internasional.html>.

Nurhidayah, Siti, and Dian W. Indrawati. 2021. “Peran Diplomat Ekonomi dalam Meningkatkan Ekspor Produk UMKM Indonesia ke Kanada.”

Okano-Heijmans, Maaike. 2013. *Economic Diplomacy: Japan and the Balance of National Interests*. N.p.: Brill.

Owo. 2021. “Produk UMKM Didorong Gunakan Marketplace Online - KJRI Toronto Gandeng Archipelago Inc.”
<https://www.neraca.co.id/article/150470/produk-umkm-didorong-gunakan-marketplace-online-kjri-toronto-gandeng-archipelago-inc>.

Pambudi, Aloysius A. 2021. “STRATEGI DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19.” *Jurnal Dinamika Global* 6 (June).

Parlambang, Athala H. 2024. “Membedah Perbedaan KJRI dan KBRI: Peran dan Tanggung Jawab dalam Diplomasi Sebuah Negara.”
<https://zonabanten.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-238553866/membedah-perbedaan-kjri-dan-kbri-peran-dan-tanggung-jawab-dalam-diplomasi-sebuah-negara?page=all>.

Pujayanti, Adirini. 2017. “A Gastrodiplomacy – Efforts to Strengthen Indonesia’s Diplomacy.” *Politica*, (Mei).

Puspita, Erlinda. 2024. “Eksporir Mamin Indonesia Diminta Perhatikan Label Makanan ke Kanada.”

<https://validnews.id/ekonomi/eksportir-mamin-indonesia-diminta-perhatikan-l-abel-makanan-ke-kanada>.

Puspita, Khairunnisa T. 2025. “kebaya dan warisan budaya indonesia bersinar di toronto.”
<https://koropak.co.id/50007/kebaya-dan-warisan-budaya-indonesia-bersinar-di-toronto>.

Rahman, Wahyudin. 2022. “Mendongkrak UKM Ekspor Go Global.” ASEI.
<https://www.asei.co.id/mendongkrak-umkm-ekspor-go-global/>.

Ravenhill, John. 2009. “THE POLITICAL ECONOMY OF ASIAN REGIONALISM.”

Redaksi Sawit Indonesia. 2021. “Konjen RI Toronto Dorong Marketplace Online Produk UMKM Indonesia di Kanada.”
<https://sawitindonesia.com/konjen-ri-toronto-dorong-marketplace-online-produk-umkm-indonesia-di-kanada/>.

Rokhaniyah, Hesti, Novi R. Amalia, Ida Susilowati, and Bagas H. Hidayat. 2022. “Diplomasi Komersial Konsulat Jenderal Republik Indonesia Kuching dalam Mengembangkan Perdagangan UMKM Industri Pengolahan Indonesia di Malaysia Periode 2018–2019.”

Rom Fiz, Noviar A. 2021. “Potensi Perikanan, Konsumsi Ikan, dan Kesejahteraan Nelayan.” detikNews.
<https://news.detik.com/kolom/d-5521785/potensi-perikanan-konsumsi-ikan-dan-kesejahteraan-nelayan>.

Sabaruddin, Sulthon S. 2021. “Grand Design Diplomasi Ekonomi Indonesia: Sebuah Pendekatan Indeks Diplomasi Ekonomi.”

Saharuddin, Amrullah, Gavin Xyla, and Muh. Taufiq Hidayatullah. 2025. “ANALISIS KELAYAKAN BISNIS UMKM PERIKANAN OLAHAN: PELUANG

EKSPOR DAN TANTANGAN OPERASIONAL.” *MARS Journal*,
(Februari).

Sholeh, Qolby N., Rizal Syarief, Ruddy Suwandi, and Taufik Hidayat. 2022. “STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS OLAHAN IKAN BEKU PT XYZ.” *JPHPI*.

Soesilowati, Sartika. 2015. “Diplomasi Soft Power Indonesia melalui Atase Pendidikan dan Kebudayaan.” *Global & Strategis*,.

Statistics Canada. 2021. “Focus on Geography Series, 2021 Census of Population Canada.”
<https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2021/as-sa/fogs-spg/page.cfm?lang=E&topic=9&dguid=2021A000011124>.

Stekom. 2022. “Konsulat Jenderal Republik Indonesia di Toronto.”
https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Konsulat_Jenderal_Republik_Indonesia_di_Toronto.

Sukanto, Intan F. 2022. “Potensi Ekspor ke Kanada.” UKM INDONESIA.ID.
<https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/potensi-ekspor-ke-kanada>.

Sukmadani, Meta. 2024. “Diaspora Indonesia di Kanada Perjuangkan Indonesian Heritage Month.”
<https://www.diasporaindonesia.org/post/diaspora-indonesia-di-kanada-perjuangkan-indonesian-heritage-month>.

Suprihatno, Eko. 2021. “Home Humaniora Untuk Pertama Kali Merah Putih Berkibar di Toronto City Hall.” *Media Indonesia*.
<https://mediaindonesia.com/humaniora/426963/untuk-pertama-kali-merah-putih-berkibar-di-toronto-city-hall>.

- Surya Inti Primakarya. 2024. "Peluang Ekspor ke Kanada dari Indonesia & Komoditi Utamanya." Surya Inti Primakarya. <https://www.sip-exim.co.id/news/articles/ekspor-ke-kanada>.
- Susanto, Gatot. 2021. "Warung Konsuler Terobosan KJRI Toronto." <https://dutaindonesia.com/warung-konsuler-terobosan-kjri-toronto/>.
- Usman, Fajar. 2023. "Pelaksanaan Diplomasi Ekonomi Indonesia: Capaian, Pelajaran, dan Strategi ke Depan - Sekretariat Kabinet Republik Indonesia." Sekretariat Kabinet. <https://setkab.go.id/pelaksanaan-diplomasi-ekonomi-indonesia-capaian-pelajaran-dan-strategi-ke-depan/>.
- Vinata, Ria T., and Masitha T. Kumala. 2023. *Joint Security Efforts to Combat IUU Fishing in the Waters of Indonesia*. 10.26886/2524-101X.9.3.2023.3.
- Widi, Hendriyo. 2021. "Perdagangan Global Mengarah pada "Green Trade."" <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/09/27/perdagangan-global-mengarah-pada-green-trade/>.
- Xu, Xiaoyan, Suresh P. Sethi, Sai-Ho Chung, and Tsan-Ming Choi. 2024. "Global Supply Chain Transformation: Achieving 3Rs with the GREAT Strategy." *Sage Journal*.
- Yani, Yanyan M., and Elnovani Lusiana. 2018. "SOFT POWER DAN SOFT DIPLOMACY." *Jurnal Tapis Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam*, (October).
- Yaumiddin, Umi K., and Oman Zuas. 2021. "ECO-LABELING AND INTERNATIONAL TRADE AGREEMENTS: THE CASE OF MARINE STEWARDSHIP

COUNCIL CERTIFICATION FOR INDONESIA'S SHRIMP POTENTIAL MARKET.”

Yoshida, Yeni H., and Muhammad F. Kriswandwi Tanaya. 2023. “STRATEGI DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA DALAM MEMAJUKAN PEMBANGUNAN EKONOMI NASIONAL MELALUI KEPEMIMPINAN INDONESIA DALAM FORUM G-20 TAHUN 2022.” *Global Mind*, (Agustus).

Zufrizal. 2021. “KJRI Toronto Pacu Peningkatan Ekspor Boga Bahari ke Kanada.” *Bisnis.com*.

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210608/12/1402667/kjri-toronto-pacu-peningkatan-ekspor-boga-bahari-ke-kanada>.